

BLINK

Design agency

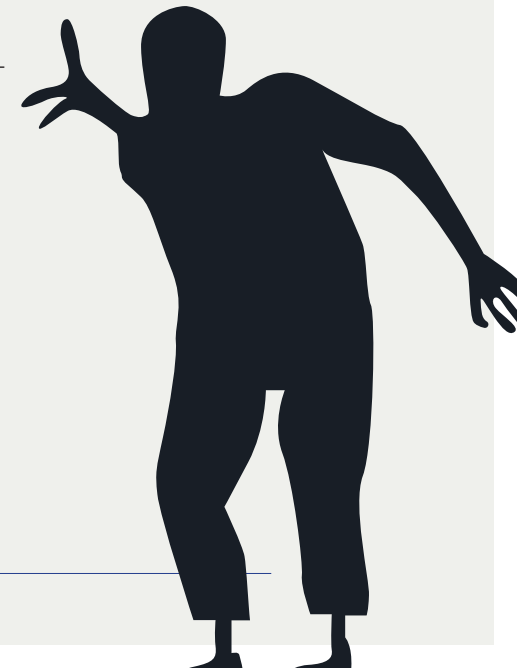




Het volgende procesboek richt zich op de oprichting, ontwikkeling en bedrijfsvoering van ons bedrijf, Blikk. Gedurende de afgelopen periode hebben we als onderdeel van de minor Graphic Design een ontwerpbureau opgericht, waarbij we voor diverse opdrachtgevers hebben gewerkt.

Hierbij willen we graag onze coaches, opdrachtgevers en andere experts bedanken voor hun vertrouwen, waardevolle feedback en ondersteuning gedurende deze periode.

De afgelopen tijd was een periode van groei en leren, waarbij we niet alleen op het gebied van ondernemerschap, maar ook op het gebied van ontwerp onze vaardigheden verder hebben ontwikkeld.



in

houd

1. Over ons

Introductie
Merkwaarden
Archetype
Missie & Visie

2. Branding van blikk

Inspiratie
Bedrijfsnaam proces
Logo's
Kleuren pallet proces
Huisstijl
Fonts

3. Identiteit van Blikk

Ons kleuren pallet
Logo proces
Kleuren pallet
Onze fonts

4. Contact met klanten

Aquisitie plan
Klanten

5. Onze klanten

Commerciele klanten
Non-profit klant
Individuele klanten

6. Financiële overzicht

Facturen
Inkomsten individuele
opdrachten

7. Reflecties

Individuele reflecties
Samenwerking reflecties
Reflecties per teamlid
Taakverdeling

1.Introductie

2.Merkwaarden

3.Missie & Visie

4.Archetype



Over ons

1.1

Over ons

Introductie

Rowan



Hay! Mijn naam is Rowan Huijbregts, en ik ben onderdeel van team Blikk. Ik vind het leuk om mijn creatieve ideeën direct vorm te geven in visuele concepten, zowel in foto- als videobewerking. Op dit moment probeer ik het te combineren met mixed media en hoop ik mijn vaardigheden hierin te verbeteren! Door de diverse achtergronden die iedereen binnen team Blikk heeft, geloof ik erin dat wij elkaar op verschillende gebieden kunnen aanvullen. We doen dit met een gezellige, maar gedisciplineerde aanpak en dat zorgt voor een mooie samenstelling van ons bureau!

Hi! Ik ben Mare Schoonenberg en een van de leden van team Blikk! Door mijn achtergrond heb ik ervaring met creatieve ideeën verzinnen, analyses opstellen en hoe ik bedrijven kan helpen opvallen in de overweldigende communicatiewereld. Binnen het team zorg ik voor structuur, geef ik mijn kritische blik een plek en neem ik de leiding om zo nu en dan de knoop door te hakken. Ik heb veel creatieve ideeën en wil graag mijn skills blijven optimaliseren om deze ideeën uit te werken tot een cool resultaat. Binnen het team vind ik eerlijkheid, goede communicatie en oprechtheid erg belangrijk en zorgen voor een goede samenwerking. Mijn liefde voor muziek groeit met het jaar meer en ik ben blij dat ik deze liefde met mijn teamgenoten kan delen en onze vette ideeën voor opdrachtgevers kunnen maken.



Mare

Hey! Mijn naam is Gijs Padding en een onderdeel van team Blikk.! Mijn expertise binnen het team omvat conceptontwikkeling. Ik vind het interessant om creatieve ideeën te verkennen die kunnen bijdragen aan het versterken van het merk of project, waarbij ik grafisch ontwerp als een waardevolle toevoeging beschouw. In het team hecht ik waarde aan een aanpak die informeel, maar tegelijkertijd professioneel is. Op die manier ontsnap je aan de gebruikelijke ideeën en ontdek je nieuwe perspectieven. Daarnaast ben ik iemand die heldere communicatie, oprechtheid en het onderste uit de kan halen waardeert. Met deze waarden ga ik met passie te werk. Ik ben zelf al een aantal jaren actief in de branche van de horeca en evenementenwereld, daarom voel ik mij als een vis in het water bij Blikk.



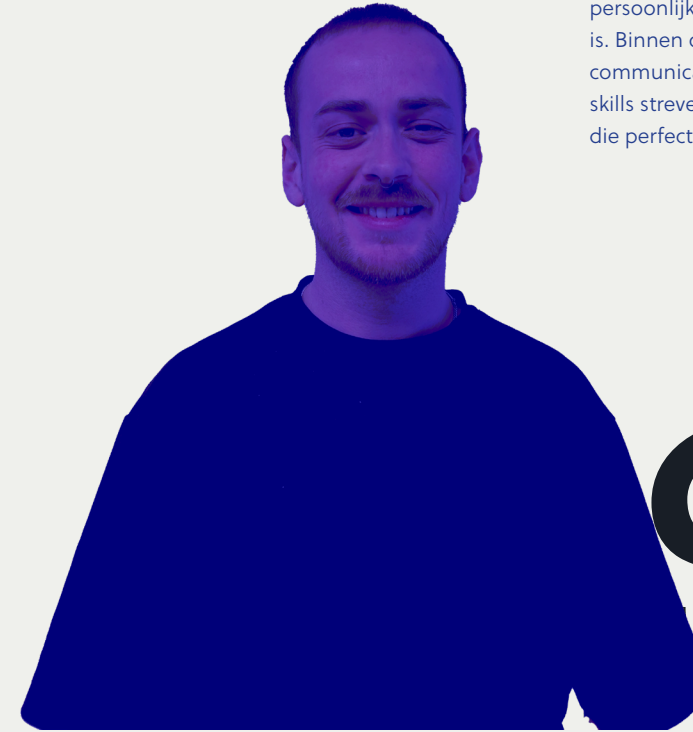
Gijs

Jill

Hoi! Ik ben Jill Bergmans en een van de vijf leden van Team Blikk.! Mijn taak binnen het team is voor een groot deel het uitwerken van de creatieve ideeën tot ontwerpen. Mijn achtergrond ligt in het creëren van visuele beelden zoals illustraties, tekeningen en schilderwerk. Bij Blikk hoop ik mijn passie goed naar voren te laten komen. Ik ben een sociaal, gedreven en een beetje een chaotisch persoon, die houdt van mensen die ook gedreven zijn om dingen te creëren. Binnen een team vind ik respect, eerlijkheid en goede communicatie onderling erg belangrijk. Dit is dan ook iets wat wij bij Blikk voorop stellen. Naast mijn passies voor creativiteit heb ik ook een grote liefde voor muziek en deze voorliefde deel ik graag met mijn andere teamgenoten.

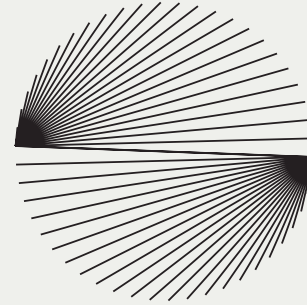


Hoi! Ik ben Sef van Halbeek, lid van het Blikk team! Met mijn achtergrond in UX ontwerp en illustratie ben ik altijd op zoek naar nieuwe, innovatieve manieren om concepten te realiseren. Met mijn illustratieve skills houd ik ervan om ieder project een persoonlijke touche te geven, waardoor het resultaat altijd uniek is. Binnen ons team hecht ik veel waarde aan oprechtheid, heldere communicatie en natuurlijk gezelligheid. Met onze gemengde skills streven wij ernaar om iedere keer top notch designs te maken die perfect aansluiten op de wensen van onze doelgroep.



Sef

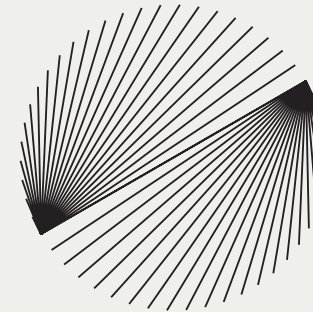
Passie Authenticiteit Kwaliteit Oog voor detail



Deze woorden verwijzen naar het fundament van ons bedrijf. Deze woorden vormen de identiteit van Blikk. Deze woorden vormen de basis van de missie, visie en waarden van het bedrijf en dragen bij aan het creëren van een herkenbare en consistente bedrijfsidentiteit.

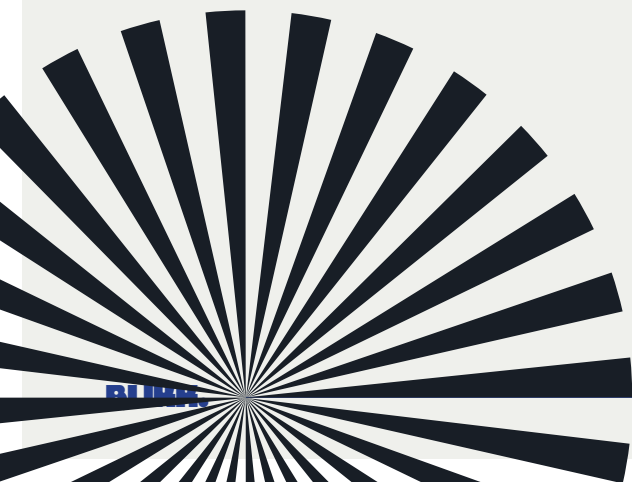
“Door onze diverse achtergronden van opleidingen (bachelors) in combinatie met onze expertises willen wij vanuit passie en onze perspectieven kansen in kaart brengen om met als doel te bouwen aan merkverhalen, waarbij kwaliteit en oog voor detail voorop staan.”

“Met Blikk. benutten wij kansen en geven wij merkverhalen vorm vanuit diverse achtergronden en expertises, met een sterke focus op kwaliteit en oog voor detail.”



Ontdekker

Minnares



Minnaar (verbinding en samenwerking)

Bij Blikk. staan we voor het vormgeven van merkverhalen en willen wij onze opdrachtgevers met hun klanten verbinden. Blikk. wilt de goedkeuring van de doelgroep en die bereiken we door onze klantrelaties centraal te stellen. Als Blikk. willen wij een betrouwbare partner zijn, loyaal en respectvol en met oog voor detail. We willen een relatie met onze klant en hun merk opbouwen. We helpen onze klanten met het bereiken van hun doelen en het bouwen van een diepere emotionele verbinding.

(Wij vinden het belangrijk dat onze designs voor verbinding tussen onze klant en hun doelgroep zorgt.) kun je erbij zetten als het meerwaarde heeft.

Ontdekker (ontwikkeling en verandering)

Bij Blikk. vinden we het belangrijk dat we blijven ontwikkelen. Onderling in het team, maar ook met onze klanten. Door samen te ontwikkelen kunnen we voor verandering zorgen. Samen te ontdekken wat de behoeften, voorkeuren en wensen van onze klanten zijn en hoe wij deze door vertalen in hun merkverhaal. We nodigen graag onze klanten uit van de veilige wegen af te wijken en zo onbekend terrein te verkennen, om tot nieuwe, vette ideeën te komen.

1. Inspiratie

2. Bedrijfsnaam proces

3. Kleurenpalet proces

4. Logo proces

5. Logo proces/branding extra



Branding van Blikk

We hebben als 1e museum voor het stedelijk gekozen, omdat daar moderne en hedendaagse kunst en vormgeving bij elkaar komen. Ook was het wat groter dan het Moco waardoor we meer inspiratie en bredere scala aan kunststromingen konden ontdekken.

Meegenomen uit het Stedelijk Museum

- Mate van **expressiviteit** in kunst en design
- Dat **verschillende stijlen** toch een geheel kunnen vormen
- **Bauhausstijl**
- **Collage kunst**

Stedelijk Museum

Amsterdam
22-03-2024



Kazimir Malevits

Buiten de hokjes

Dieperliggende gedachtegang

Moderne kunst

Expressie en creativiteit

Maatschappelijke kwesties

Culturele kunst

We hebben voor het moco gekozen omdat het een bekend museum is en we benieuwd waren wat er allemaal te zien zou zijn. Hier hingen kunstenaars die aardig bekend zijn in de moderne kunst wereld, maar waar we verder niet veel over wisten. En op deze manier was het erg toegankelijk om meer van ze te weten te komen.

Ook waren we nieuwsgierig naar de 'experience' die moco ons zou bieden, aangezien op sociale media het moco museum relatief veel voorbij komt met indrukwekkende beelden en ervaringen.

Meegenomen uit het Moco

- Aangespoort om meer **3D werk** te gaan doen
- Andere manier **naar kunst leren kijken**
- Op een **multidisciplinaire** wijze te werk gaan
- Meer **buiten hokjes** leren denken
- **Hedendaagse kwesties** weten te belichten
- Digitale werken van **six n five** inspirerend door de dreamy visuals

Moco

Amsterdam
22-03-2024



Jean Michel Basquiat

Street-art

Multidisciplinair

Andy Warhol

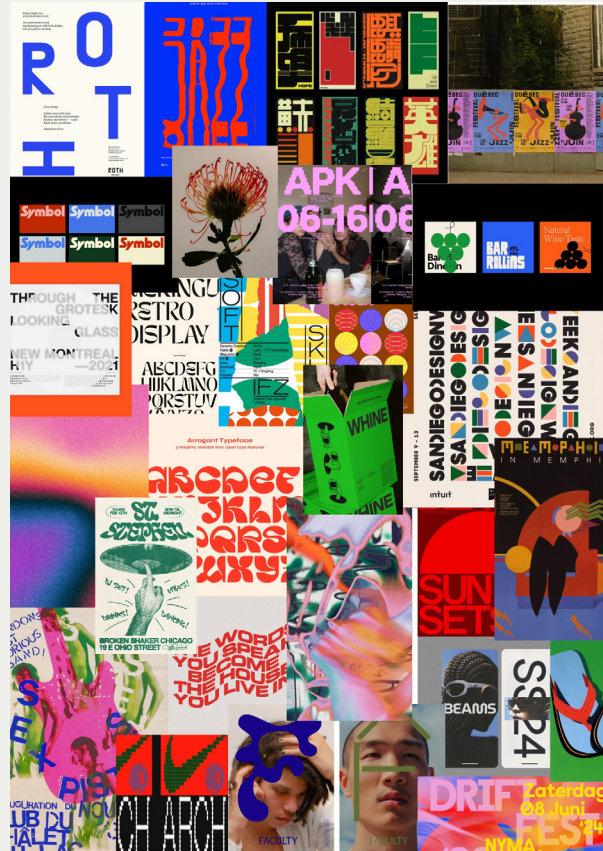
Buiten de hokjes

Banksy

Maatschappelijke en politieke kwesties

Pop-art

Ik ben enorm fan van de retro stijl. Zelf draag ik veel vintage kleding en koop ik veel vintage spullen en vind ik het vet om dit in designs terug te zien. Ik houd van natuurtinten, maar ook van de opvallende en felle kleuren. In mijn moodboard zijn die zeker niet te missen. Wat ik in mijn moodboard terug willen laten komen is een felle kleur tegen een simpele achtergrond of een felle kleur tegen een felle kleur. Ik vind het vet als je er naar kijkt dat je dan denkt 'BAM', dat design komt binnen. De vele kleuren die worden gecombineerd maken het dan nog eens extra vrolijk en opvallend.



Het doel van mijn moodboard is het creëren van een overzicht van de huisstijl die ik voor ons bedrijf Blikk ambieer, evenals het verzamelen van inspiratie voor het ontwerpen van ons logo.

Ik zou mijn moodboard omschrijven als een georganiseerde chaos. Het bevat ontwerpen die op zichzelf levendig zijn, maar die allemaal een vintage uitstraling hebben. Deze vintage esthetiek past goed bij mijn persoonlijke stijl. De kleuren en vormen van deze ontwerpen spreken me meer aan dan moderne en strakke ontwerpen, omdat ik me hiermee beter kan identificeren.

In mijn moodboard komen voornamelijk de kleuren blauw, roze, beige en groen naar voren. Ik vind de combinatie van rustige kleuren met enkele opvallende kleuren in ontwerpen zeer aansprekend en het trekt snel mijn aandacht.

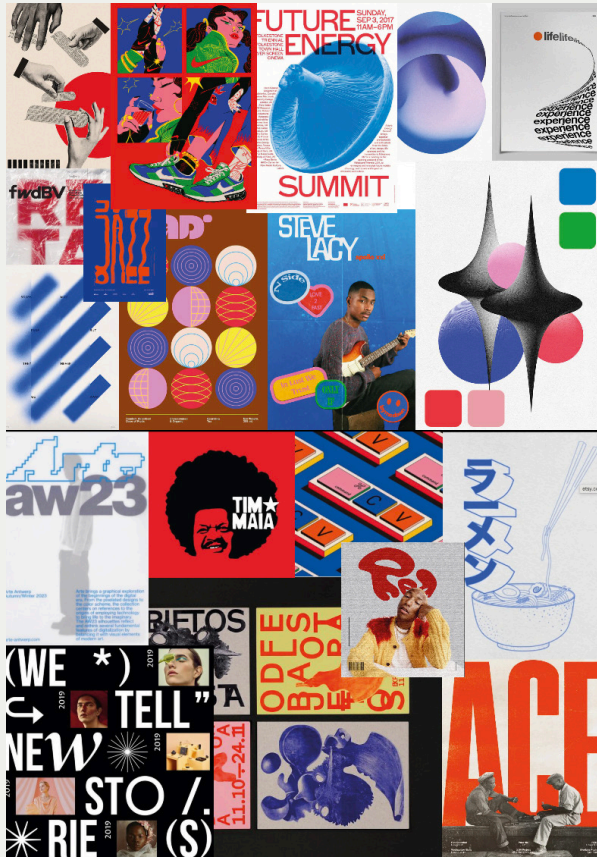




Met onze waardes binnen Bikk als uitgangspunt heb ik mijn mood board ingericht met felle kleuren om zo ons enthousiasme te laten zien, speelse en ronde elementen voor de manier hoe wij willen spelen met design veel hand getekende voor het authentieke gevoel wat wij willen overdragen en abstracte/psychedilische visuals voor dat artsy en uitgesproken image wat een hoop festivals/horeca gelegenheden zoeken.



In mijn moodboard is een mix te zien van kunst die een surrealistisch beeld weergeeft en aandacht trekkende beeldvormingen. Er wordt veel gespeeld met de aandacht van de kijker. Je moet vaak twee keer kijken om te weten wat er allemaal te zien is op de poster en waar de beelden van zijn gemaakt. Ik denk dat dit een leuke manier is om aandacht te krijgen en te behouden wanneer er naar een werk wordt gekeken. Verder valt het gebruik van kleuren ook erg op. Er wordt veel gebruik gemaakt van organische vormen, het menselijk lichaam, veel voorkomende dingen in het dagelijks leven en verschillende aandachtstrekende kleuren. Ik hoop dat ik hier onderdelen van kan gaan toepassen in mijn eigen ontwerpen!

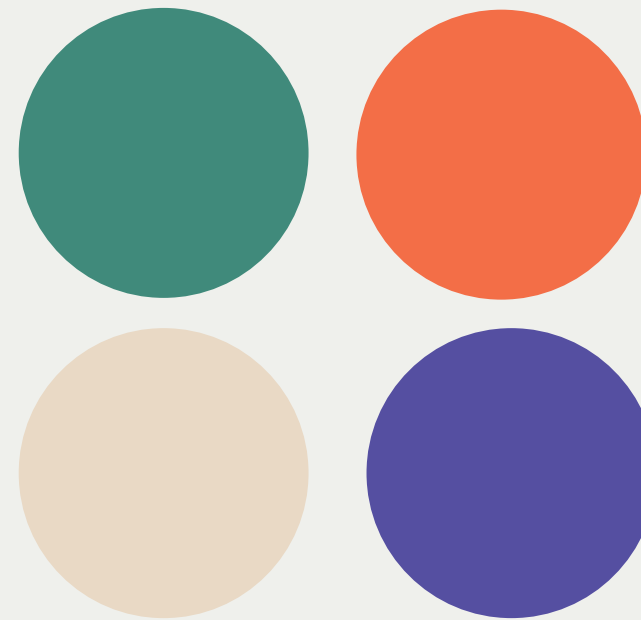
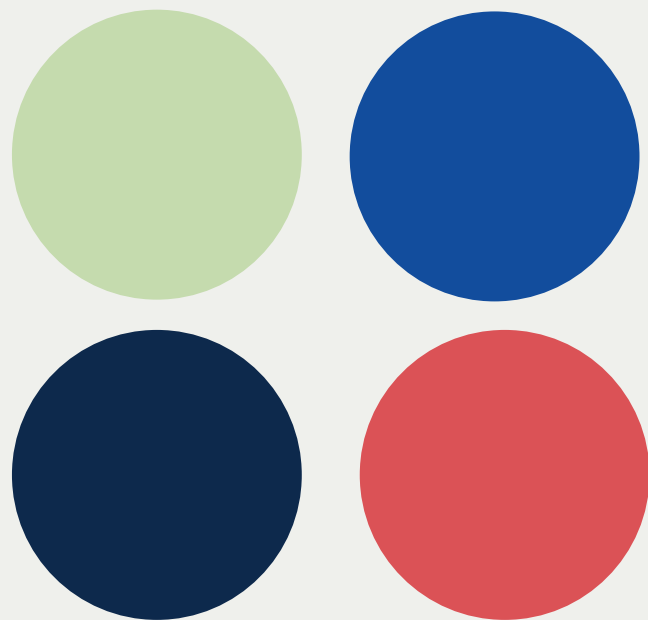


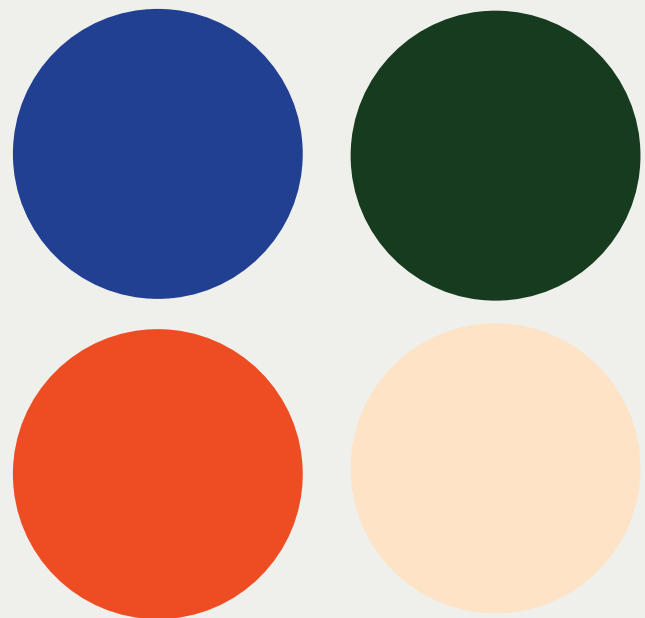
Hier links is het moodboard van mij te zien. In dit moodboard zijn vooral kleur, typografie en het gebruik van illustraties in grafische werken de dingen die naar voren komen. Ik houd van het gebruik van de kleur blauw en dit komt ook terug in mijn ontwerpen, en ook in Blikk. Ook het gebruik van ronde, organische vormen is iets wat mij aanspreekt omdat het eenheid en rust in ontwerpen creëert.

Verder ben ik altijd al geïnspireerd geweest door ontwerpen uit de vorige eeuw. Denk maar aan de Blue note records album hoezen, deze liefde komt voort uit de voorliefde voor muziek, en bij deze LP-platen wordt een goede combinatie van compositie, kleur, beeld en typografie weergegeven wat een fijn beeld is om naar te kijken. Dit zie je ook terug in het moodboard door het gebruik van oude texturen, vintage kleuren en vormen.

LOEK
BLIC
BLIKK
BLICC

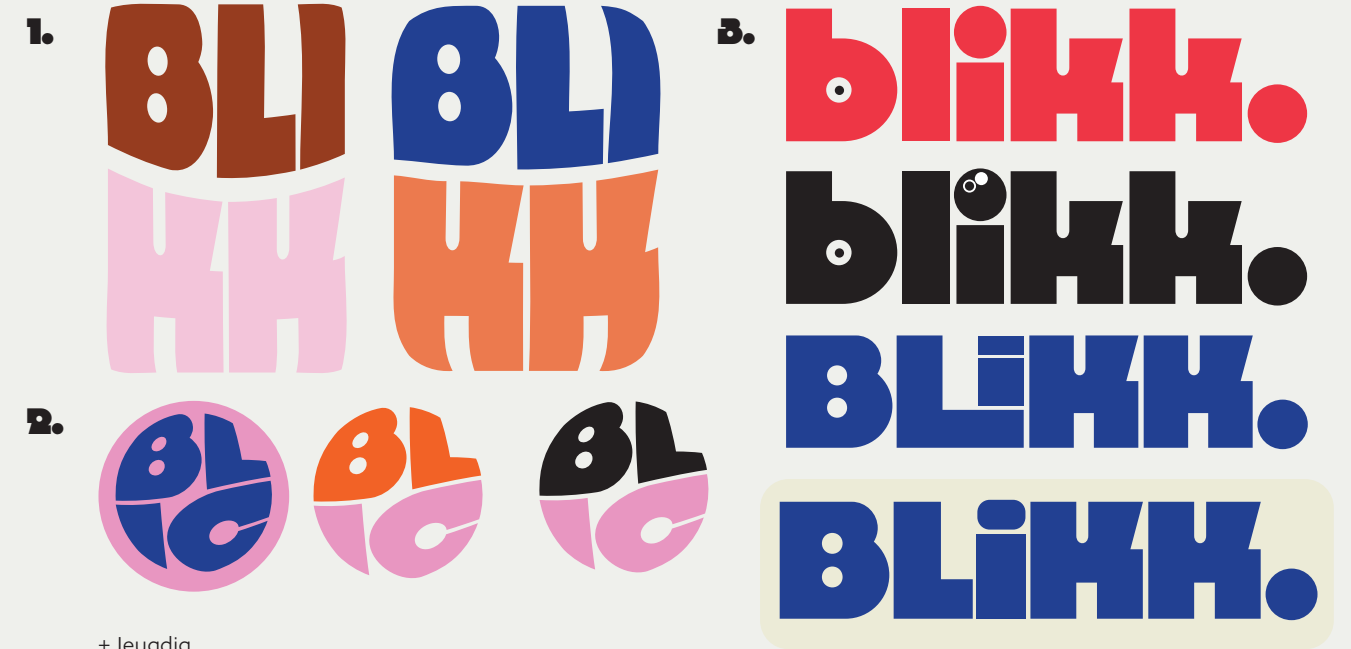
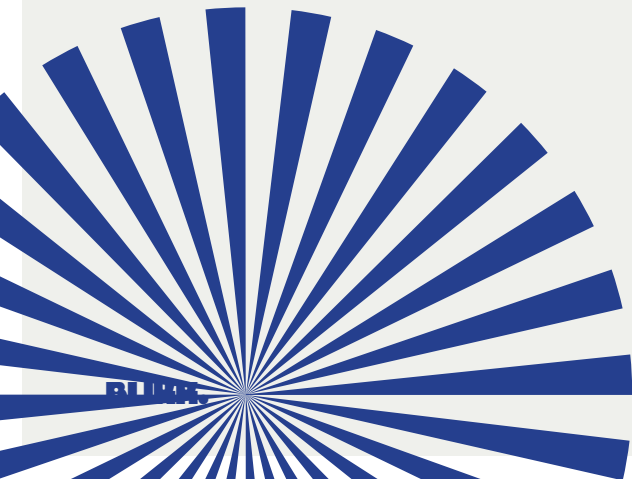
Voor het bedenken van de naam van ons grafisch ontwerp-bureau zijn we gaan brainstormen. We kwamen vrijwel op ideeën gericht op onze verschillende perspectieven binnen ons bureau. Er kwamen twee namen uit: Loek en Blik. We gingen bij beiden namen kijken, wat de opties waren. Vrijwel kwamen we uit op 'Blik'. We vonden het passend, omdat het verwijst naar blik gooien, werpen, vangen en geven. Je kan veel interpreteren met het woord 'Blik'. De naam 'Blik' bestond al, dus gingen we spelen met meerdere combinaties. Na vele overwegingen hebben we als groep besloten voor 'Blikk.' te gaan.





Nadat de bedrijfsnaam vaststond, moesten we een bijpassend logo maken. We besloten om eerst allemaal ideeën uit te werken hoe wij het logo voor ons zien. Iedereen ging aan de slag met ontwerpen. Daarna zijn we bij elkaar gaan zitten en hebben we alle ontwerpen bekeken en besproken. Uiteindelijk kwam er één ontwerp sterk naar voren. Vanuit daar zijn we verder gaan kijken naar het lettertype, de kleurencombinaties en eventuele toevoegingen aan onze bedrijfsnaam.

We hebben gekozen voor een lettertype waar strakheid wordt gecombineerd met een tikkeltje speelsheid. We wilden graag iets neerzetten dat trendy oogt, maar tegelijkertijd willen we tijdloos zijn. Daarom hebben we gekozen voor simpele kleuren die makkelijk te combineren zijn.



+ Jeugdig
+ Speels
+ Kleurrijk

- Te kleurrijk
- Te aangepaste fonts
- Niet strak genoeg

4.

5.

6.

4.

- + dynamisch
- + speels
- + trendy
- niet strak
- niet tijdloos

5.

- + uniek
- + goed herkenbaar
- past niet helemaal bij het concept
- niet tijdloos

6.

- + kleurrijk
- + retro
- + vibe waar we voor willen gaan
- te druk

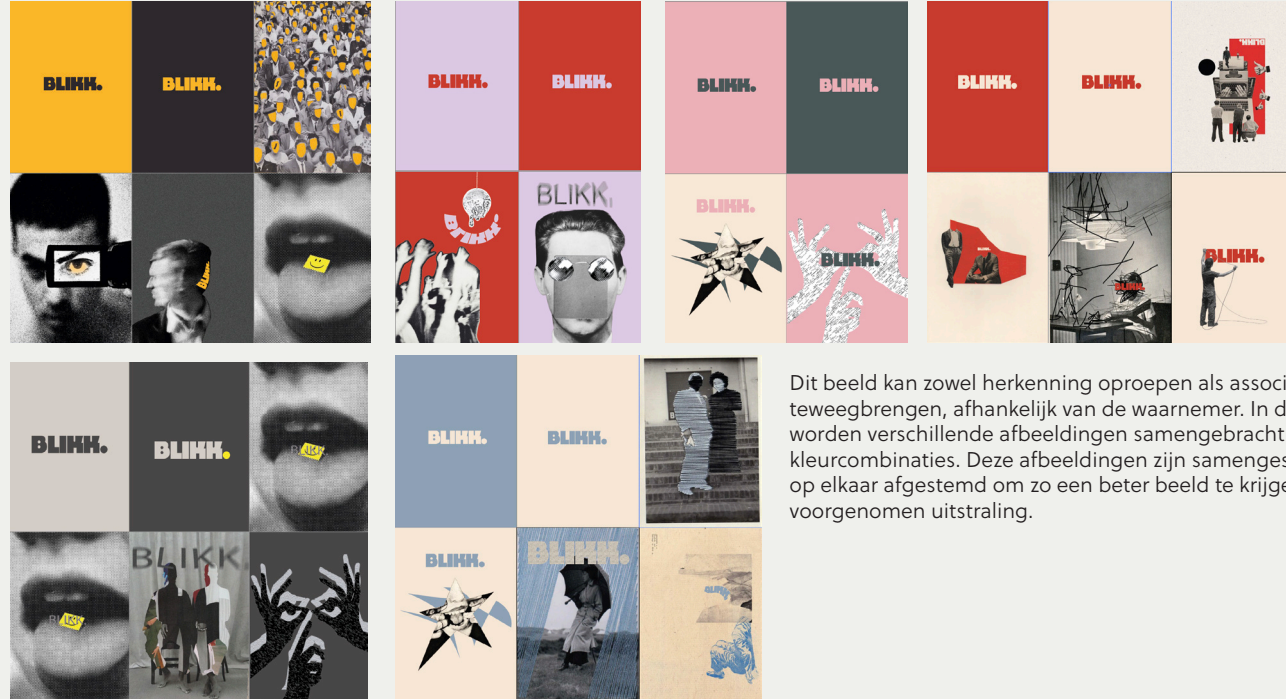
7.

- + mooi font
- + trendy
- te vintage

8.

- + goede kleuren
- klopt niet helemaal typografisch

Aan het begin van het proces stonden wij voor de uitdaging om de uitstraling van ons designbureau te definiëren. Om dit proces te vergemakkelijken, hebben wij alle groepsleden de opdracht gegeven om zelf logo's en eventuele posters te ontwerpen. Op deze manier kan er een concreter beeld worden gevormd van zowel de merkidentiteit als de merkuitstraling. Door deze aspecten van uitstraling en identiteit samen te brengen in een verzameling van diverse posters, ontstaat een completer beeld.



Dit beeld kan zowel herkenning oproepen als associaties teweegbrengen, afhankelijk van de waarnemer. In deze collage worden verschillende afbeeldingen samengebracht in diverse kleurcombinaties. Deze afbeeldingen zijn samengesteld en op elkaar afgestemd om zo een beter beeld te krijgen van de voorgenomen uitstraling.

1. Kleuren pallet

2. Logo (guidelines, do's en dont's, versies, inspiratie)

3. Fonts

4. Mockups

4. Facturatie vormgeving

5. Marketing elementen



Identiteit van Blikk

3.1 Kleurenpalet

Dit is het kleurenpalet van Blikk. We hebben gekozen voor een minimaal aantal kleuren, dit zorgt ervoor dat de onze identiteit er strak uit blijft zien. Ook houdt het ruimte over voor de vele mogelijkheden qua kleur in ontwerpprojecten van klaten.

Marine blauw
c100, m91, y0, k0

Off white
c2, m1, y4, k4

Fel oranje
c4, m69, y78, k0

Roze
c5, m50, y0, k0

Zwart
c75, m63, y51, k75

3.2 Logo

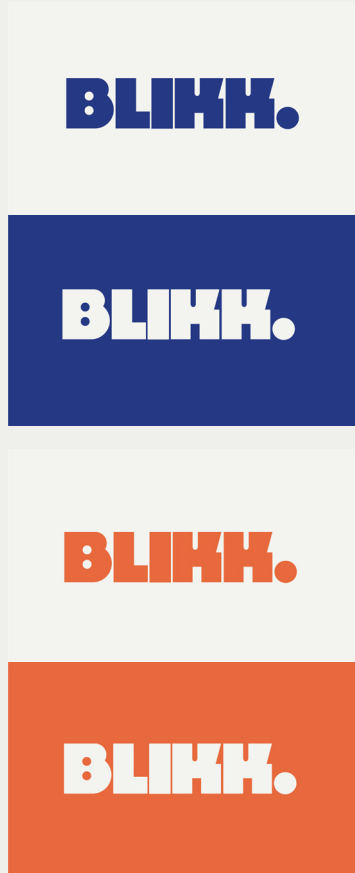


Bij het ontwerpen van het logo van Blikk zijn we vooral gaan kijken naar hoe we speelsheid en simpliciteit konden combineren, waarbij we alsnog een logo neerzetten die staat voor passie, authenticiteit, kwaliteit en oog voor detail. Heel het team heeft zijn/haar creatieve brein aangezet en we zijn volop gaan creëren. Na wat overleg en het kiezen van een defenitief letterttype, hebben we gezamenlijk aanpassingen en verbeteringen toegepast waardoor we met trots naar ons merkidentiteit kunnen kijken. Met een goede blik.

Belangrijke elementen bij het kiezen van een sterk staand lettertype waren strakheid in combinatie met een tikkeltje speelsheid en ook moet het een beetje trendy zijn aangezien we streven naar het maken van trendy ontwerpen maar die nog steeds tijdloos zijn, omdat we ook tijdloos willen zijn hebben we dus gekozen voor simpele duidelijke kleuren en niet te veel elementen toe te voegen aan het logo.



DO'S



DONT'S



LOGO

Headers

Broodtekst

Broodtekst

MEGAZOID REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
123456789

Roc Grotesk Regular
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789

Soleil Book
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789

Soleil Ligt
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789



Professor Goossenslaan 1
5022 DM, Tilburg
T: +31 6 44143744
E: blikkdesignagency@gmail.com

Blikk.
T.a.v. de financiële administratie
Straat & huisnummer
Postcode, plaats

Factuur
Factuurnummer: 34526579

Factuurdatum: 19-03-2024
Vervaldatum: 24-05-2024

Omschrijving	Bedrag	Totaal	Btw
--------------	--------	--------	-----



We hebben ervoor gekozen om een website te maken om professioneler over te komen tegenover opdrachtgevers. Deze is te bezoeken via deze link:

<https://blikkdesignagency.myportfolio.com>



Bij het ontwerpen van de visitekaartjes wilden we dat alle kleuren naar voren kwamen en hebben we dus verschillende variaties gemaakt. We hebben gekozen voor 5 kleuren omdat we bestaan uit een team van 5 met allemaal verschillende achtergronden en expertises. De 5 kleuren staan dus symbool voor Blikk als team.



Voor merchandise hebben we 3 shirts ontworpen met 3 verschillende ontwerpen.



1. Aquisitie plan

2. Klanten



Contact met klanten

4.1 Contact met klanten Aquisitie Plan

Hoe komen we aan klanten?

We hebben onze klanten geworfd door middel van een aantal platformen aan te maken om onszelf in de markt te zetten. Zo hebben we een website aangemaakt een instagram account en we hebben een officieel mail-adres aangemaakt waardoor we gemakkelijk contact hadden met onze klanten. Ook hebben we allemaal persoonlijk via LinkedIn een oproep gedaan waardoor we in contact kwamen met een van onze klant: Breda beats.

Ook hebben we onze persoonlijke netwerken ingeschakeld om klanten te werven. Dit door middel van vrienden van vrienden te contacteren die we kenden in de branche van onze doelgroep. Dit zorgden er ook voor dat we gemakkelijker bij deze bedrijven binnenkwamen, omdat we al een enigzins bekend bij ze waren. Daardoor verliep het allemaal soepeler. Dit hebben we gedaan om Bloemvaas en BWC als klanten te krijgen.

Hoe behouden we onze klanten?

We behouden onze klanten door middel van regelmatig contact met ze te hebben, om dingen te bespreken zoals de ontwerpen, wanneer het af moet zijn, hoeveel versies ze krijgen etc. Dit zorgt ervoor dat de klant vertrouwen krijgt in ons en het niet contact niet verwaterd.

Ook was onze strategie om zelfverzekerd als een echt ontwerp bureau over te laten komen, waardoor ze meer vertrouwen kregen, ons serieus namen als professionals in het werkveld en we grotere opdrachten kregen.

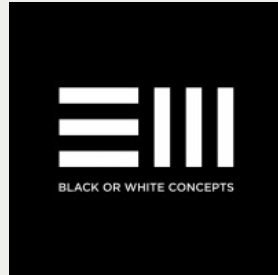
Daarnaast hebben we van te voren goede afspraken gemaakt over wat er precies van ons verwacht werd. Als hier namelijk verwarring in komt, kan dit niet altijd even professioneel overkomen. We zijn bij alle 3 de bedrijven langsgedaan en hebben daar een ontmoetings-gesprek gehad, waar we ook afspraken hebben vastgelegd met elkaars verwachtingen. Dit gaf beide partijen een prettig gevoel en zorgde ervoor dat we een beter beeld kregen van de klant en wat zij graag wilden.

1.



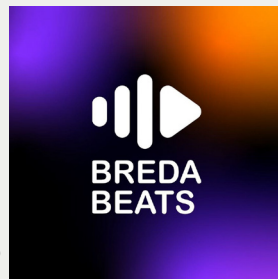
Wie? Bloemvaas
Wat? Creatief brandingbureau
Waar? Breda

2.



Wie? Black or white concepts
Wat? Management bedrijf over evenementen
Waar? Nijmegen

3.



Wie? Breda Beats Studios
Wat? Producerstudio, content- & vocal booths
Waar? Breda

1. Commerciele klanten

2. Non-profit klant

3. Individuele klanten



Onze klanten

COMMERCIEËLE KLANT

Bloemvaas



Opdrachtnemer: Blikk.

Opdrachtever: Bloemvaas

Contactpersoon: Koen Vaas

Teamleden: Mare Schoonenbeek, Rowan Huijbregts en Gijs Padding

Bloemvaas is een **creatief brandingbureau**. Zij bouwen merken, verrijken ze met ideeën en onderhouden ze. Zo ook voor Your Lemonade. Dit is een bedrijf/merk dat nog in de kinderschoenen staat. Het is een bedrijf dat vier verschillende smaken limonade heeft ontwikkeld voor horecazaken. Spiced mango, Homemade Lemonade, Homemade Ice Tea, Cherry Ginger.

De reden van het oprichten van het bedrijf is, omdat zij hebben gemerkt dat A-merk frisdranken steeds duurder worden qua inkoop voor horecaondernemers. Door deze limonade wordt de inkoop goedkoper, maar kan het horecabedrijf het ook verkopen als hun eigen homemade limonade. Wanneer een horecazaak inkoop, wordt de limonade vanuit de huisstijl van Your Lemonade samengevoegd met die van de horecazaak.

Zo krijg je een eigen huismerk, maar blijf je Your Lemonade terugzien. Your Lemonade is door gebrek aan ervaring op het gebied van branding van het merk naar Bloemvaas gestapt.

* Er hoeft geen cintroen in het logo te komen, wel fruit terug laten komen in huisstijl. (kleur, font etc. eigen invulling)

*Fruitige smaken
Kleurrijk design
Smaakvolle recepten
Verfrissende ervaring
Informeel merkimago
Speelse branding
Hippe doelgroep*



Inspiratie

Wij als Blikk gaan aan de slag voor Bloemvaas. Wij gaan een huisstijlhandboek ontwikkelen voor het merk Your Lemonade. Het huisstijlhandboek bestaat uit het volgende:

- Logo
- Huisstijlkleuren
- Typografie
- Mock-ups van hoe het eruit gaat zien bij horecazaken
- 4-tal fles etiketten gededignd voor SPOT Containerbar

Dit huisstijlhandboek ontwikkelen wij op basis van een moodboard van de opdrachtgever. Tussentijds zullen wij terugkomen bij de opdrachtgever voor een feedbackronde. In deze feedbackronde worden keuzes toegelicht en eventuele aanpassingen besproken.

Taakverdeling:

Mare Schoonenberg:

- Kritische blik: kleuren palet + logo
- Fonts opzoeken

Rowan Huijbregts:

- Eerste schets huisstijl vormen
- Kritische blik: kleuren palet + logo

Gijs Padding:

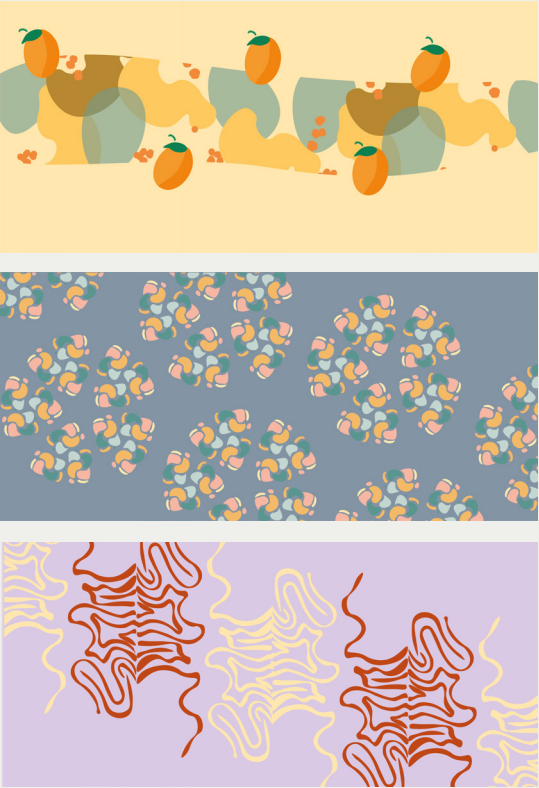
- Ontwerp huisstijl patronen, logo, fruit iconen
- Ontwerp blikken + mockups
- Keuze font + kleurenpaletten
- Contactpersoon

Kleuren

Voor de kleuren van de huisstijl van het merk You're Lemonade hebben we gekozen voor roze, geel en wit. Dit omdat we vanuit opdrachtgever Bloemvaas de termen kleurrijk, fruitig, speels en verfrissend hebben meegekregen. De kleur geel wordt vaak geassocieerd met de zon, waardoor het staat voor vreugde, geluk en optimisme. Ook is het de kleur van de citroen, wat zorgt voor een frisse benadering van fruit. De kleur roze wordt in het hedendaags beeld geassocieerd met speelsheid en plezier. Daarnaast is het een kleur die opvalt, maar minder alarmerend is dan rood.

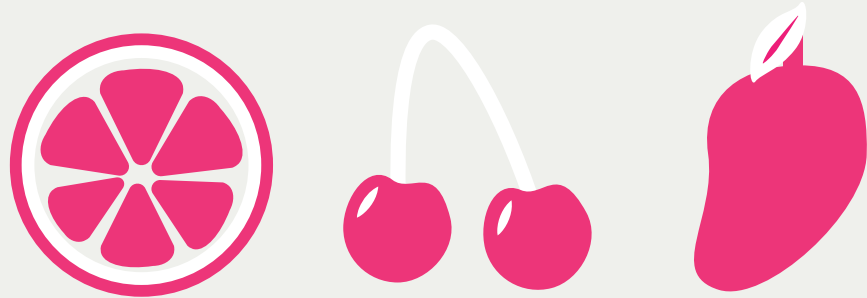
Bron: Admin. (2023b, september 27). De betekenis van de kleur geel | Whisky Friday. Whisky Friday. <https://whiskyfriday.nl/insights/de-betekenis-van-de-kleur-geel/>

Bron: Team Wix. (2021, 31 maart). Kleurpsychologie: hoe kleuren het gedrag en de emotie van mensen kunnen beïnvloeden. Wix. <https://nl.wix.com/blog/post/kleurpsychologie-hoe-kleuren-het-gedrag-en-de-emotie-van-mensen-kunnen-be%C3%AFnvloeden>

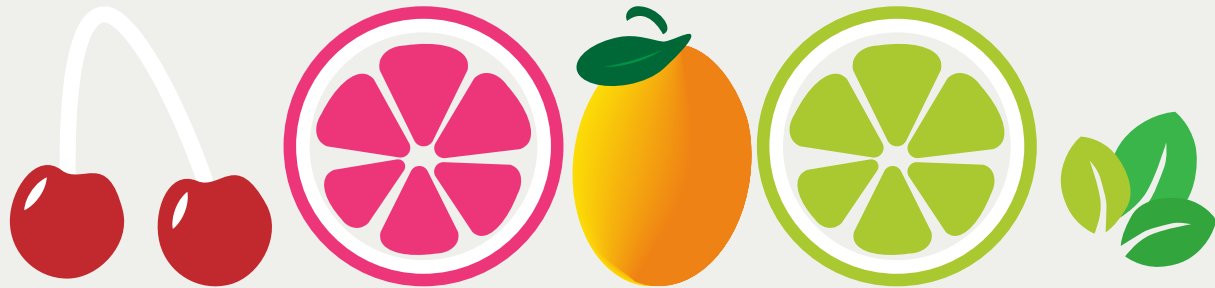


Eerste schetsen van Rowan.

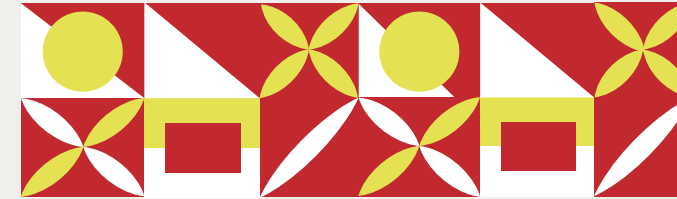
Fruiticonen versie 1



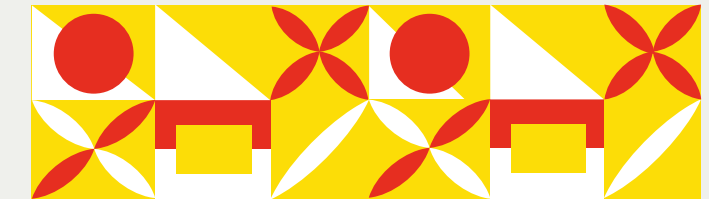
Fruiticonen versie 2



Cherry ginger



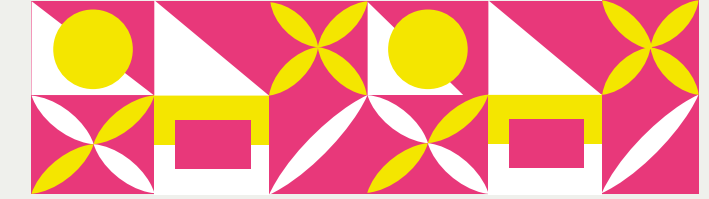
Spiced mango



Ice tea



Homemade Lemonade



Om een duidelijk onderscheid te maken tussen de vier verschillende smaken, hebben we gekozen om deze allemaal een eigen kleurenpalet te geven met daarbij typerende smaakiconen. Deze kleuren zijn gekozen op basis van de associatie met het fruit. Deze kleuren zijn verwerkt in een patroon om het design dynamisch te houden. Het patroon hebben we ontworpen door te kijken naar de inspiratiebeelden vanuit Bloemvaas. Door het patroon qua design steeds hetzelfde te houden, wordt het merk herkenbaar voor de consument.

Opdrachtgever Bloemvaas was enthousiast over de visuele vertaling van het merk. De look and feel klopte. We hebben als vervolgstap verschillende mock-ups gemaakt om zo een realistisch beeld te krijgen.



Homemade Lemonade

Spiced mango



Ice tea

Cherry ginger



Font:
Franklin Gothic Heavy
**ABCDEFGHIJKLM-
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789**



Font:
DAZZLE UNICA SE MEDIUM
**ABCDEFGHIJKLM-
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789**

Koen Vaas naar aanleiding feedbackronde één:

- Het kleurenpalet is nice en fris! Die kunnen we aanhouden.
- De huisstijl fruit is ook leuk.
- De huisstijl vormen willen we graag nog een verdere uitwerking van zien, daar hebben we nu nog te weinig gevoel bij. Wellicht in een mock-up?
- De typografie van beide opties voelen wij nu niet echt. Dat mag veel meer een eigen karakter krijgen. Nu hebben jullie geprobeerd om van de O een citroen te maken, maar het voelt er nog te veel aangeplakt. Mag meer een eigen typografie worden, waardoor het meer een eigen logo wordt.



Font:

Chonky

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Job Dijselbloem naar aanleiding feeddbackronde twee:

- Eerste reactie is: Heel tof!
- De kleuren die jullie nu hanteren zijn redelijk fel. Ervaring leert dat dit met drukwerk wellicht anders gaat ogen. Hebben jullie dit al geprobeerd, of hebben jullie uiteindelijk ook een CMYK-kleurenpakket die we kunnen hanteren? Of moet er in PMS gedrukt gaan worden? Dan hangt daar voor ons wel een prijskaartje aan.
- Het contrast tussen het wit en geel is vrij minimaal. Misschien valt daar nog in te spelen zodat wit duidelijker zichtbaar wordt op geel



Font:

Chonky

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789



Font

Voor het logo hebben we gebruikgemaakt van het lettertype Chonky. Door dit font te kiezen willen we de speelsheid van het merk benadrukken. Deze keuze hebben we gebaseerd op de feedback vanuit Bloemvaas. Zij vonden de eerste logo-versies te weinig eigen karakter hebben. Door deze feedback hebben we ook gekozen om de letters 'Y' en 'L' door te trekken, waardoor de letters meer in verbinding staan en het meer één geheel wordt. Ook hebben we drie waterdruppels toegevoegd die een splash vormen, om op het eerste gezicht duidelijkheid te bieden over wat het merk is.



Hier zie je de 4 verschillende smaken op het de blikjes.

Wat waren de belangrijkste lessen die wij hebben geleerd tijdens dit project?

Bij het opstellen van een logo en huisstijlboek komt natuurlijk veel kijken. Het bepalen wat de eerste stappen zijn voor een aanpak zijn daarom erg belangrijk. Om te beginnen moet je eerst een goed beeld krijgen wie je opdrachtgever is, wat hun inspiratie is en daaruit een moodboard opstellen. We hebben geleerd om overzichtelijk te blijven, de stappen uit te werken en rustig te kijken wat goed past bij het nieuwe concept. Door het moodboard van Bloemvaas wisten wij wat zij mooi vinden voor hun limonade. Daarnaast is uitproberen en blijven uitproberen belangrijk. Beginnen met een idee, het uitwerken, feedback ontvangen en daarmee aan de slag te gaan. Goed blijven communiceren over de verschillende ideeën is hier van groot belang.

Welke aspecten van onze aanpak waren effectief en welke kunnen worden verbeterd?

In het begin van het project zijn we langs geweest bij Bloemvaas. Dit gaf ons een goed beeld wie we voor ons hadden en maakten we afspraken over de onderlinge communicatie. Daarna zijn we aan de slag gegaan met samen brainstormen en taken verdelen. Wat moeilijk is bij een logo bedenken met 3 personen, is dat niet iedereen er tegelijkertijd mee verder kan. Iedereen heeft een ander beeld van een idee. Wat we uiteindelijk hebben gedaan is onderling communiceren over de voorkeuren van ideeën en deze op te sturen naar Bloemvaas. Hier hebben we feedback op gekregen, waardoor we verder aan de slag konden. In de toekomst kunnen we beter onderling overleggen wie welke taken op zich gaat nemen. Tijdens het project ging de taakverdeling minder, wat ervoor zorgde dat één iemand veel bezig was met het logo en het ontwerpen en de andere twee minder. In de toekomst kunnen we beter onderling afspraken maken, wie welke taak op zich neemt. Zo voorkom je dat één iemand er veel tijd en energie in steekt en de andere minder hebben gedaan, wat voor een betere samenwerking en groepsgevoel kan zorgen.

Hoe was de communicatie tussen ons en de opdrachtgever? En hoe hebben we feedback ontvangen vanuit de opdrachtgever?

De opdracht kwam via Gijs binnen, aangezien hij al connecties had binnen Bloemvaas. Dat zorgde ervoor dat Gijs onze contactpersoon was. Zodra we ontwerpen hadden uitgewerkt, stuurde we de versies via de mail naar ze op. Dit gebeurde telkens wanneer er een nieuwe versie was. Bloemvaas reageerde op deze versies en gaf ons feedback, waarna we weer aan de slag konden.

De onderlinge communicatie met de groep verliep via een WhatsApp-groep. Hier werden ideeën in gegooid, feedback en meningen. Daarnaast bespraken we online meetings die zouden plaatsvinden of werd een update gestuurd hoe het verliep en wat de feedback was van Bloemvaas.

In welke disposities zijn wij verder ontwikkeld door dit project?

We hebben afgelopen periode verschillende disposities ontwikkeld als groep, namelijk:

Kritisch zijn
Discipline

Kritisch zijn:

In dit project moesten we erg kritisch zijn. Dit kwam doordat er veel ideeën en mogelijkheden waren, maar je tot één idee komt. Het kon lastig zijn om niet continu te wisselen van een idee, omdat we tijdens het project nieuwe ideeën bleven krijgen. De nieuwe ideeën lagen echter niet altijd op een lijn met het bestaande idee, waaruit we verder wilden bouwen. Dat idee wordt uitgewerkt en daar moet je je met de ontwerpen aan blijven houden. Nadat we besloten bij dat ene idee te blijven, moet je met een kritische blik blijven kijken. Welke kleuren ga je gebruiken, welke vormen, is het herkenbaar en spreekt het aan. Toch zorgde juist de kritische blik ervoor dat we tot een mooi resultaat zijn gekomen, waar goed overna is gedacht. Zowel op kleurgebruik als de vormen die toegepast zijn.

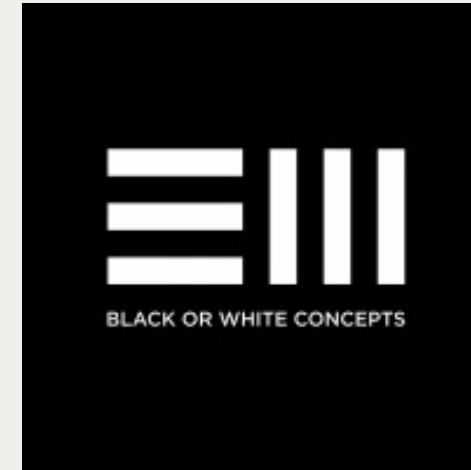
Discipline:

Discipline was een belangrijk onderdeel tijdens ons project. Het concept was er, maar er waren nog geen huisstijlkleuren, fonts etc. We begonnen dus vanaf 0. In het begin was het goed nadenken in welke stappen we dit gingen ondernemen en discipline was hier belangrijk. Als groep zijn we hier in gegroeid, omdat we de stappen hebben gevolgd en gehanteerd en snel tot een huisstijl kwamen. Vanuit hier konden relatief snel verder en hebben we iets moois kunnen neerzetten.



COMMERCIËLE KLANT

Black or White Concepts



Opdrachtnemer: Blikk.

Opdrachtever: Black Or White Concepts voor Nachtclub Novia

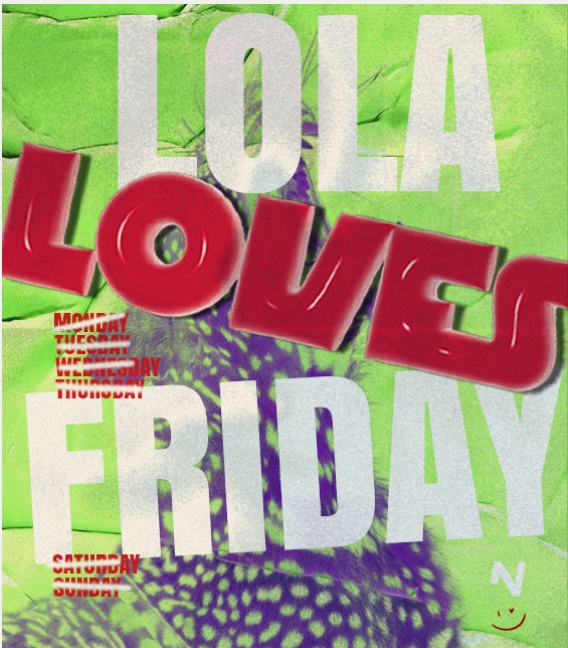
Contactpersoon: Gijs Ponsen

Teamleden: Jill Bergmans, Sef van Halbeek en Rowan Huijbregts

Novia is een nachtclub in Nijmegen waar BWC (Black Or White Concepts) over magt, drie dagen per week nachts feesten worden gehouden. Novia heeft op deze dagen een beperkt aantal uren in de avond. De voorbar van Novia is een ideale locatie die beter benut kan worden door er een-wijn-, cocktail- en bistrobar van te maken. Hierdoor ontstaat er een extra ruimte waar mensen kunnen borrelen en een hapje kunnen eten voordat ze uitgaan in Novia. Dit creëert extra uren waarin omzet gegenereerd kan worden en optimaliseert de omzet.

Om bij BWC binnen te komen moesten we een impressie geven van wat we kunnen en onze stijl.

We hadden dus bedacht om een portfolio te maken door middel van posters te ontwerpen als voorbeelden. Dit hebben we alle 5 gedaan en zorgde ervoor dat we de opdracht mochten doen!



Wij, Blikk, gaan aan de slag met een nieuw concept voor Novia. Binnen dit concept zullen we een huisstijldocument ontwikkelen voor de voorbar van Novia, die een wijn-, cocktail- en bistrobar zal worden.

Het document omvat:

- Logo
- Huisstijlkleuren
- Typografie
- Uitwerking van het concept

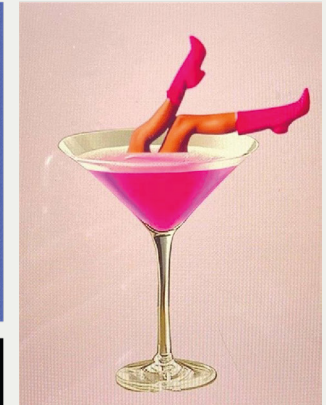
Tussentijds zullen wij terugkomen bij de opdrachtgever voor feedback en een brainstormsessie. In deze feedbackronde zullen keuzes worden toegelicht en eventuele aanpassingen besproken.

Taakverdeling:

Jill Bergmans:
- hoofdlogo ontwerpen
- documentatie

Sef van Haalbeek
- schetsen logo's
- logo tapas menu

Rowan Huijbregts
- oplever document opstellen
- contact met opdrachtgever



Inspiratie

We hebben rood, zwart en wit gebruikt voor Novia. Vanwege hun specifieke psychologische en symbolische betekenissen worden deze kleuren vaak geassocieerd met een chique, klassieke en sexy uitstraling.

Rood staat voor verleiding, sensualiteit en passie. Rood heeft een sterke, levendige sfeer die opvalt en fascineert. Het roept krachtige emoties op en wordt vaak gebruikt in de mode- en designindustrie om een gevoel van luxe en aantrekkelijkheid te creëren.

Zwart is een symbool van verfijning en elegantie. Het wordt vaak geassocieerd met geheimzinnigheid en exclusieve omstandigheden. Het zorgt ook voor een serieuze en geraffineerde sfeer, wat bijdraagt aan de chique uitstraling.

Wit geeft een gevoel van verfijning en frisheid. Wit wordt vaak gebruikt in mode om een schone, stijlvolle en chique uitstraling te geven. Het contrast tussen wit en rood en zwart kan een zeer aantrekkelijk en dramatisch effect hebben, waardoor de combinatie als geheel een sexy en verfijnde uitstraling krijgt.

Zalmrose

c9, m67, y61, k1

Wit

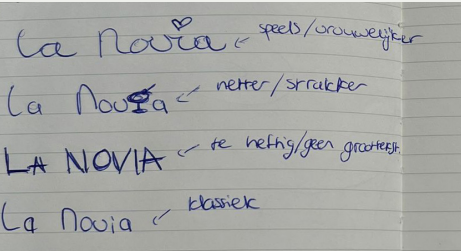
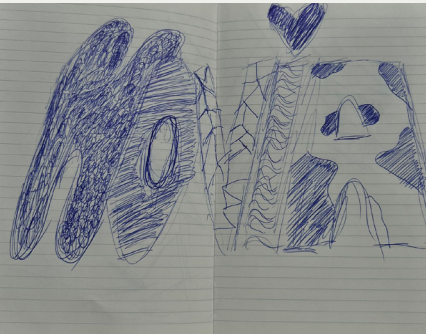
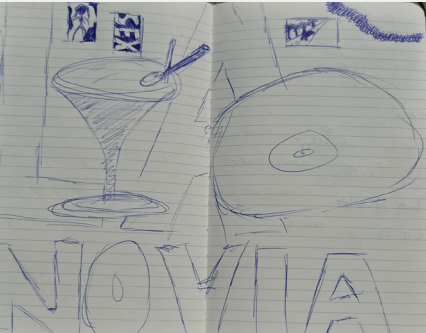
c75, m61, y51, k75

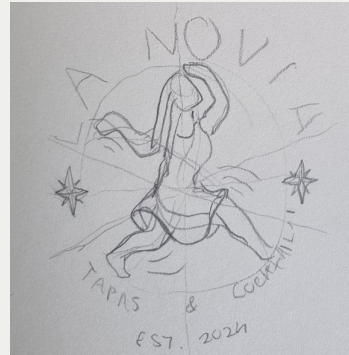
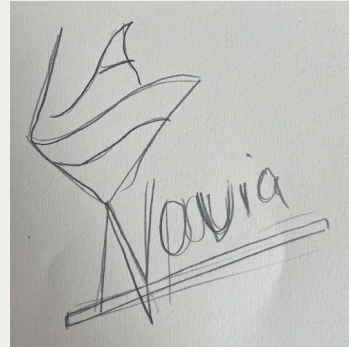
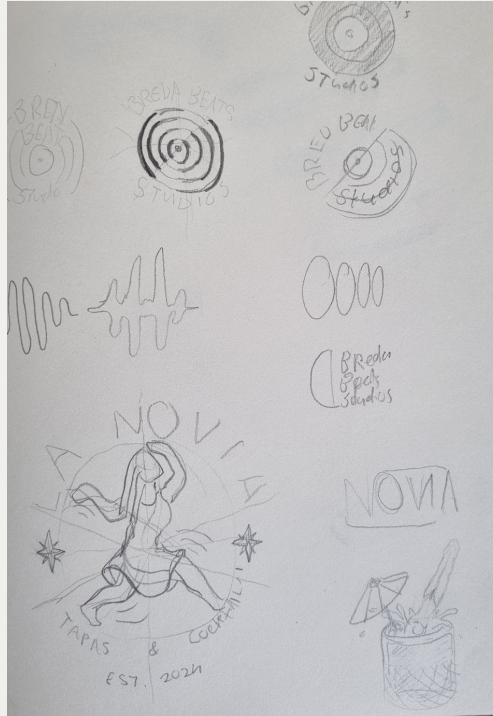
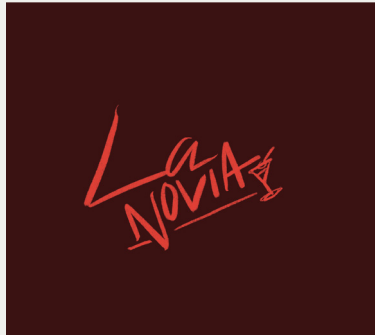
Grijs Paars

c76, m72, y53, k68

Zwart

c20, m20, y20, k100





5.1 Commerciële klant Black Or White Concepts Logo versies

1.



- stoerder door de grof gebruikte strepen,
- trendy logo
- sexy moulin rouge kleuren
- rood terug in het originele logo

3.



- art deco stijl die terugkomt in het
- chique sexy moulin rouge
- frisse blauwe kleur wordt het toch wat jeugdiger.

2.



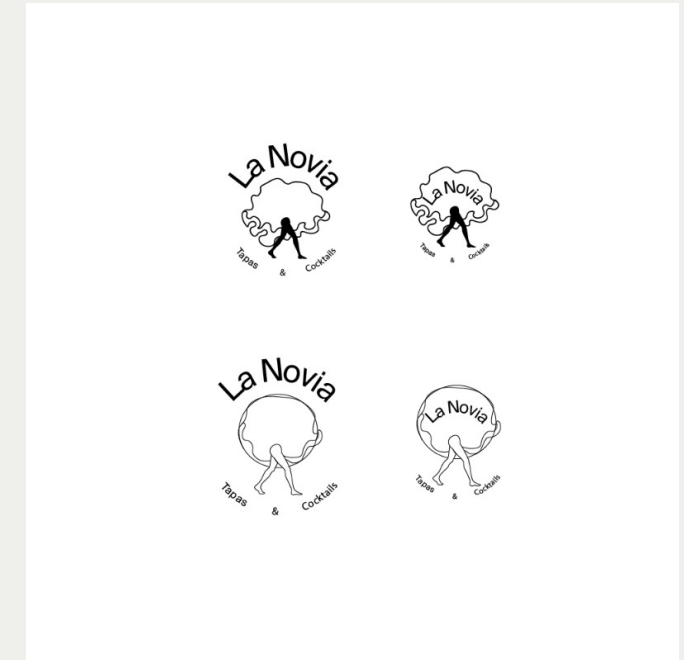
4.





Omdat La Novia ook een apart logo wilden voor de tapaskaart hebben we ook daarvoor een ander logo ontworpen die meer symbolisch is in plaats van typografisch, we wilden dus met de tapaskaart een beetje onderscheid maken.

Alleen zijn we er niet meer aan toegekomen om dit uit helemaal uit te mogen werken. Dus zijn we met de andere 3 logo's verder gegaan voor LaNovia zelf.



Logo 1

Uiteindelijk hebben we gekozen om 3 logo's op te leveren in een vorm van een huisstijlboek, met dus: Logo, kleurenpalet, fonts en logo-elementen. We hebben 3 variaties gemaakt omdat Black Or White Concepts nog een definitieve keuze moet maken. We hebben dit gemaakt met behulp van Adobe Illustrator

Dit logog is in tegenstelling tot de ander wat stoerder door de grof gebruikte strepen, het is wel een meer trendy logo die beter te gebruiken is op dingen zoals stickers. De kleuren zijn ook weer gebaseerd op de warme sexy moulin rouge kleuren, alleen in deze optie wat feller. Ook komt rood terug in het originele logo van Nova wat dus meer overeenstemming vormt dan het ander.



Logo 2

Dit logo is gebaseerd op de art deco stijl die terugkomt in het chique sexy moulin rouge. De kleuren zorgen ervoor dat dit helemaal overkomt, maar met een frisse blauwe kleur wordt het toch wat jeugdiger.



Logo 3



Wat waren de belangrijkste lessen die wij hebben geleerd tijdens dit project?

Tijdens dit project merkte onze groep dat het wat losjes was georganiseerd, iets wat ook door de opdrachtgever werd erkend. Ze wisten aanvankelijk niet precies welk project ze aan ons zouden toewijzen, omdat BWC een aantal opkomende projecten had zonder duidelijk plan van aanpak. Deze ervaring heeft ons geleerd dat het belangrijk is om directheid te tonen wanneer dit verhelderend kan zijn. Afwachten op toegewezen opdrachten terwijl het concept nog niet volledig is uitgedacht, kan aanzienlijk lastiger zijn dan wanneer er al een idee, gevoel en mogelijk zelfs schetsen zijn.

Naast het feit dat we te maken hadden met een nieuw project, waren onze opdrachtgevers ook erg druk bezig. Dit belemmerde hun betrokkenheid en communicatie met ons, waardoor we misschien niet de begeleiding kregen die we normaalgesproken wel zouden hebben. Dit is een waardevolle les geweest waar we in de toekomst van kunnen leren.

Welke aspecten van onze aanpak waren effectief en welke kunnen worden verbeterd?

Toen de opdracht aan ons werd toegewezen, zijn we snel begonnen met werken aan de eisen van de opdrachtgever en hebben we snel feedback gegeven. Gedurende de rest van het project hebben we dit goed weten vol te houden.

Aspecten die mogelijk verbeterd kunnen worden binnen dit project zijn duidelijkere afspraken vooraf met de opdrachtgever. We hadden de communicatielijnen nog strakker kunnen maken door enkele zaken vooraf duidelijk vast te leggen. Bijvoorbeeld, het regelmatig inplannen van standaard meetings op vaste dagen, in plaats van ad hoc afspraken die vaak niet haalbaar waren. Ook hadden we heldere afspraken moeten maken over vergoedingen.

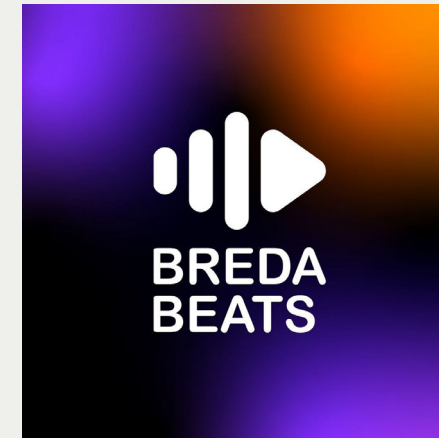
Hoe was de communicatie tussen ons en de opdrachtgever? En hoe hebben we feedback ontvangen vanuit de opdrachtgever?

De contactpersoon vanuit onze groep was Rowan, aangezien de opdracht via zijn netwerk kwam. Het contact verliep daarom via Rowan, zowel via e-mail als via WhatsApp. Rowan communiceerde steeds met de rest van de groep wanneer er relevante informatie was, wanneer er meetings moesten worden gepland, of wanneer er gezamenlijke beslissingen moesten worden genomen. Dit verliep goed. Echter, na een aantal meetings met de opdrachtgevers, kwamen we erachter dat het handiger zou zijn om een gezamenlijke groepsapp te hebben waarin we alles konden delen. Tijdens de online meetings ontvingen we feedback die we konden verwerken en meenemen naar de volgende bijeenkomsten.



NON-PROFIT

Breda Beats Studios



Breda Beats richt zich op de **belangenbehartiging van de elektronische muziekindustrie in Breda**. De stichting werkt nauw samen met lokale en regionale organisaties om talentontwikkeling te stimuleren en jonge artiesten en andere industry professionals te ondersteunen in hun carrière.

Daarnaast beheert Breda Beats producerstudio, content- & vocal booths. Dit onder de naam Breda Beats Studio's. Deze studio's zijn binnenkort te huren voor artiesten.

Opdrachtnemer: Blikk.

Opdrachtever: Breda Beats Studios

Contactpersoon: Noa Hermans

Teamleden: Jill Bergmans, Sef van Halbeek en Gijs Padding

Wij als Blikk gaan aan de slag voor Breda Beats Studio's. Wij gaan een huisstijl document ontwikkelen voor de studio's van Breda Beats. Het document bestaat uit het volgende:

- Logo
- Huisstijlkleuren (rekening houdend met de kleuren van Breda Beats)
- Typografie (rekening houdend met de kleuren van Breda Beats)
- Social media templates

Tussentijds zullen wij terugkomen bij de opdrachtgever voor een feedbackronde. In deze feedbackronde worden keuzes toegelicht en eventuele aanpassingen besproken.

Taakverdeling:

Jill Bergmans:
- schetsen en digitaliseren logo's
- documentatie

Sef van Haalbeek
- schetsen en digitaliseren logo's

Gijs Padding
- contact met opdrachtgever
- ontwerpen final logo

Fonts:

Clash Display Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Clash Display Extralight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Oranje

c0, m59, y100, k0

Paars

c73, m72, y0, k0

Zwart

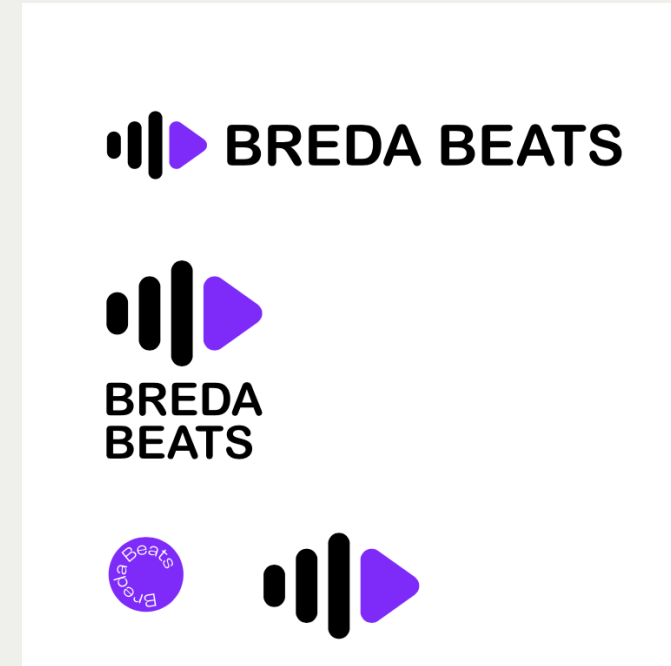
c20, m20, y20, k100

Wit

c2, m1, y4, k4



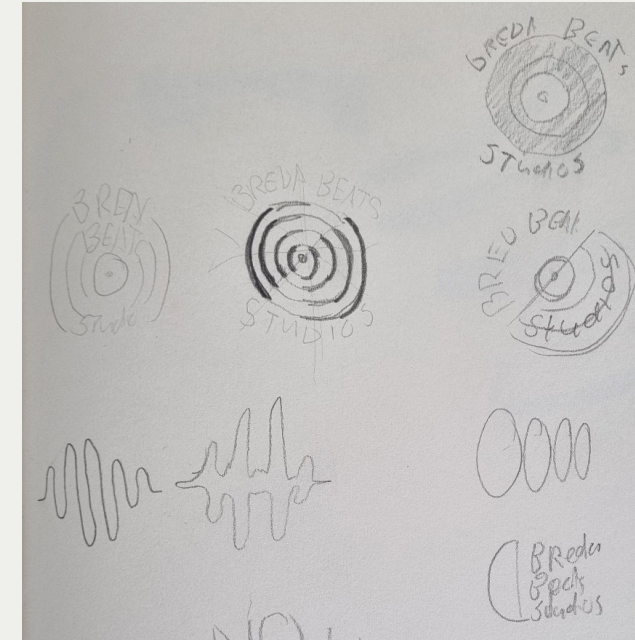
Vanuit Breda Beats kregen we een huisstijldocument toegestuurd met verschillende richtlijnen. Dit document bevatte kleuren, typografie en het logo van Breda Beats. Vanuit dit document hebben we inspiratie gehaald om een logo en templates voor social media te maken.





Bij het ontwerpen van de logo's van breda beats hebben we vooral inspiratie opgedaan door te kijken naar andere producer studio's. We hadden namelijk geen idee wat voor soort logo's die hadden. Vaak waren dit schreefloze letters om het elektronische van de muziek meer over te laten komen (digitale letters hadden eerst namelijk nooit schreef door pixels)

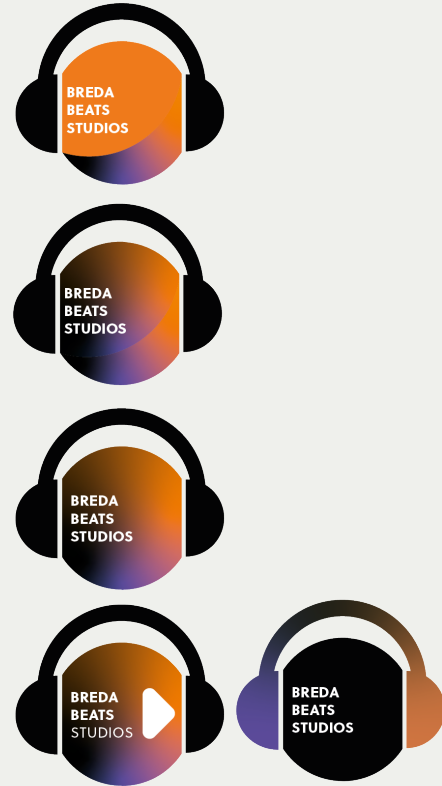
We hebben een moodboard gemaakt met vooral retro esthetiek, dit vonden we interessant want wij wilden hier terughaken op de geschiedenis van de opname studios en . Van breda beats studios zelf kregen we overigens ook randvoorwaarden waar we ons ook aan moesten houden. Dit waren de huisstijlkleuren en het font.



Logo Sef



Logo Gijs



Logo Gijs

Bij het 1ste logo is er inspiratie genomen uit opname apparatuur. In dit geval is er gekozen om een aux kabel die vanuit de tekst loopt om zo het effect te maken dat het lijkt of de teks gemaakt is uit de kabel. Hiervoor is gekozen om te benadrukken dat het gaat om een muziek studio. Voor het 2e logo is er inspiratie gepakt van de huisstijl van Solar festival. Door de blokken perspectief te geven met verdwijn punten word er een 3D effect gemaakt. Het 3D effect is vrij modern wat weer terug slaat op het doel van Breda Beats om jong, nieuw talent aan te trekken. Door het gebruik van blokken is het heel makkelijk om dit logo uit te breiden of de elementen te gebruiken voor andere huisstijl middelen. Ook word er terug gespeeld op het jeugdige en speelse door de blokken asymetrisch op te stapelen. Voor lettertype is er gekozen voor Clash Bold aangezien dit al gebruikt werd door Breda Beats. Het logo is volledig zwart of wit omdat het vaak op gekleurde achtergronden komt te staan, dit is voor leesbaarheid.

Logo Jill

Bij dit logo is er inspiratie genomen uit opname apparatuur met name de geluids representatie wat te vinden valt op vrijwel iedere mix tafel. De verschillende hoogtes van de balken geven ook geluidsgolven aan om zo het idee van een studio te benadrukken. Omdat iedere letter in een blok past is het hier ook weer mogelijk om dit te gebruiken voor andere huisstijl elementen zoals de social templates. Voor lettertype is er gekozen voor Clash Bold aangezien dit al gebruikt werd door Breda Beats. Het logo is volledig zwart of wit omdat het vaak op gekleurde achtergronden komt te staan, dit is voor leesbaarheid.

Logo Sef

Bij dit logo is er inspiratie genomen uit de geschiedenis van geluids opname in de vorm van een LP. Hiermee word zowel het muziek gedeelte als de geschiedenis die achter dit medium zit benaderd. Door de tekst rond de LP te laten draaien vormt dit samen een geheel wat goed schaalbaar is en makkelijk te gebruiken op verschillende social media platforms zowel als andere communicatie middelen. Voor lettertype is er gekozen voor Clash Bold aangezien dit al gebruikt werd door Breda Beats. Het logo is volledig zwart of wit omdat het vaak op gekleurde achtergronden komt te staan, dit is voor leesbaarheid.

1.



2.



3.



4.



Reactie Noa

2 en 3 spreken ons helaas niet aan:

2 omdat het snoetje voor ons wat te simpel is en

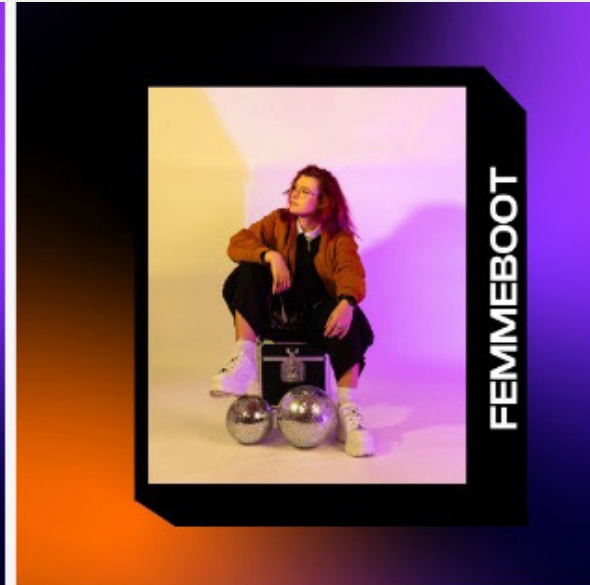
3 omdat het heel erg op Deezer lijkt.

1 en 4 daarentegen maken ons een stuk enthousiaster! :

1 De ronde vorm van 1 vinden we vet, alleen vragen we ons af of het niet te vinyl achtig is.

4 is heel wat anders en een beetje Ploegendienst vibe, wel tof dus!

Jullie mogen dus voortborduren op 1 en 4. Mocht er nog een ander idee op de plank liggen, is dit natuurlijk ook altijd welkom.

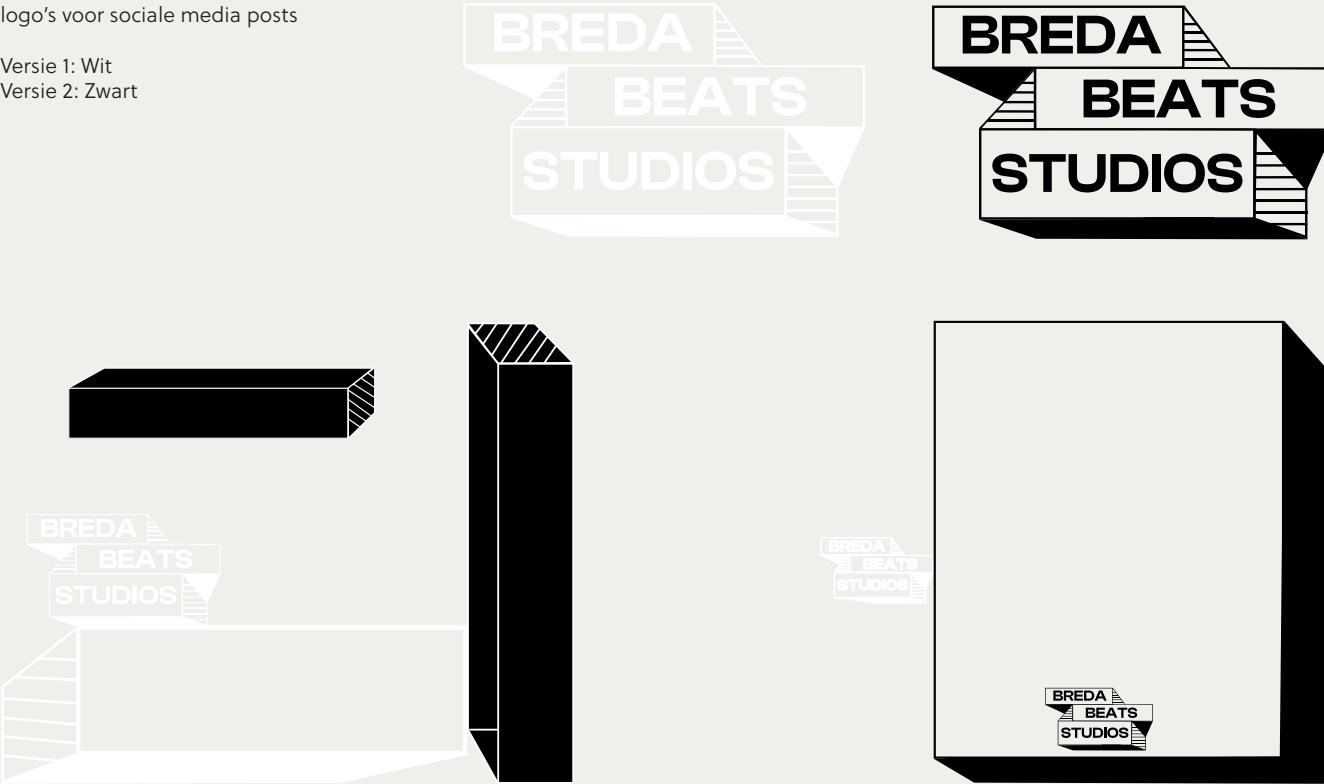




Font:
Clash Display Semibold



logo's voor sociale media posts
Versie 1: Wit
Versie 2: Zwart



Wat waren de belangrijkste lessen die wij hebben geleerd tijdens dit project?

Doordat we rekening moesten houden met de huisstijl van Breda Beats, merkten we dat onze creativiteit beperkt was. We bleven als groep in dezelfde richting denken als het ging om het maken van een logo. De belangrijkste les die we hieruit hebben geleerd, is dat het goed is om af en toe even uit te zoomen, en wanneer je vastloopt, een buitenstaander om advies te vragen. Dit hebben wij gedaan door aan Geerd Scherders te vragen welk gevoel en ideeën hij kreeg bij het logo van Breda Beats Studios.

Welke aspecten van onze aanpak waren effectief en welke kunnen worden verbeterd?

We hebben dit project met een proactieve houding aangepakt. Dit blijkt uit het feit dat we in eerste instantie met Noa hadden besproken om drie kant-en-klare social media posts te maken. Echter kwamen we er in het project achter dat dit op langere termijn niets voor Breda Beats Studios zou opleveren. We hebben toen het voorstel bij Noa neergelegd om social media huisstijl templates te maken. Deze kunnen zij bij iedere post gebruiken en zijn in lijn met het logo. Noa reageerde vervolgens met: "Goed idee! Scherp van jullie. Helemaal goed!".

Een aspect dat in het vervolg verbeterd kan worden aan onze aanpak is de taakverdeling binnen de groep. Doordat niet iedereen aan één design kan werken, merkten we dat sommigen meer betrokken waren dan anderen. In de toekomst moeten we van tevoren bepalen wie wat gaat ontwerpen. Zo krijgt iedereen een eigen verantwoordelijkheid binnen het project en kun je diegene erop aanspreken wanneer het niet voor de opgegeven deadline is gebeurd.

Hoe was de communicatie tussen ons en de opdrachtgever? En hoe hebben we feedback ontvangen vanuit de opdrachtgever?

Doordat de opdracht vanuit Gijs zijn netwerk kwam, was hij de contactpersoon. Het contact verliep direct via hem naar Noa (de opdrachtgever). Wanneer er vragen waren vanuit ons als groep, verliep het contact via WhatsApp. Wanneer wij een update hadden met betrekking tot de opdracht, maakten we een document met een versienummer en stuurden dit via e-mail naar Noa. Vanuit Noa ontvingen we dan de feedbackpunten en konden we aan de slag met een volgende versie.

Binnen het team hebben we gewerkt met een WhatsApp-groep. Hier werden feedback, ideeën en algemene zaken zoals vergaderingen, deadlines en aanwezigheid gedeeld, zodat iedereen op de hoogte was.

We hebben zowel de interne als externe communicatie als positief ervaren, omdat het concreet en overzichtelijk was. We hebben deze aanpak van tevoren ook met Noa besproken, en zij gaf aan dat dit ook haar voorkeur had en dit als positief heeft ervaren.

In welke disposities zijn wij verder ontwikkeld door dit project? We hebben afgelopen periode verschillende disposities ontwikkeld als groep, namelijk:

- Discipline
- Samenwerken
- Fantasierijk

Discipline:

Dit project vereiste veel doorzettingsvermogen en een gedisciplineerde aanpak, omdat we in korte tijd veel moesten opleveren. Dit werd verder uitdagend doordat we naast deze opdracht nog twee andere groepsopdrachten hadden.

Als we als groep nu kritisch terugkijken op ons eigen handelen, vinden we dat we gegroeid zijn in het disciplinair werken, omdat we een aanpak hanteerden die bestond uit strakke communicatie en deadlines.

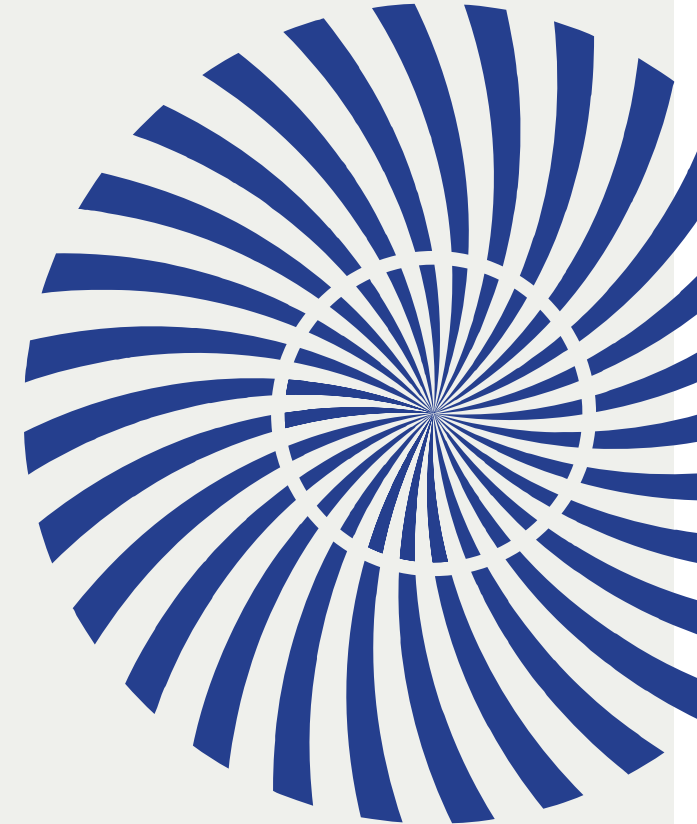
Samenwerken:

Dit project vereiste veel doorzettingsvermogen en een gedisciplineerde aanpak, omdat we in korte tijd veel moesten opleveren. Dit werd verder bemoeilijkt doordat we naast deze opdracht nog twee andere groepsopdrachten hadden.

Als we als groep nu kritisch terugkijken op ons eigen handelen, vinden we dat we gegroeid zijn in het disciplinair werken, omdat we een aanpak hanteerden die bestond uit strakke communicatie en deadlines.

Fantasierijk:

Dit project bood ons genoeg uitdaging als het gaat om creativiteit. Door fantasierijk na te denken over logo-ontwerpen zijn we daarin persoonlijk gegroeid. Dit blijkt, zoals eerder benoemd, uit het feit dat we rekening moesten houden met de huisstijl van Breda Beats. Hierdoor bleven we in één bepaalde richting denken. Door de methode toe te passen om af en toe uit te zoomen en een buitenstaander erbij te betrekken, zijn we als groep gegroeid.



Anja's Thoëskeuken



Opdrachtnemer: Gijs Padding
Opdrachtever: Anja Thoëskeuken
Contactpersoon: Anja Thoëskeuken

Maak een logo voor het bedrijf Thoëskeuken, in de stijl van het doorgestuurde moodboard, en waar de kernwoorden: 'Samen, voor iedereen, met elkaar, Bourgondisch, vers, gezellig, kleinschalig, een beetje Italiaans en een beetje Limburgs' centraal staan.

Anja van Osta zet haar eigen thuiskeuken op, onder de naam Thoëskeuken. Het concept draait om gasten die tegen betaling bij haar thuis kunnen genieten van een maaltijd, waarbij een gezellige huiskamersfeer centraal staat.

Omdat Anja in mijn straat woont, raakten we aan de praat over haar nieuwe onderneming en mijn opdracht voor mijn minor. Zo kwam ik op terecht bij deze opdracht.

Na het ontvangen van haar moodboard ben ik aan de slag gegaan met het ontwerpen van een logo, gebaseerd op haar visie. Om een beter beeld te krijgen van het uiteindelijke logo, heb ik vier mock-ups gemaakt.



Om een duidelijk beeld te krijgen van wat Anja voor ogen heeft, heb ik gewerkt met een inspiratiedocument. In dit document zie je een concrete stijl ontstaan om vanuit te werken. Anja was enthousiast over het inspiratiedocument en gaf akkoord om aan de slag te gaan.



Inspiratie

Pastelgeel

c4, m0, y51, k0

Zwart

c20, m20, y20, k100

Pastelgroen

c42, m9, y44, k4

Beige

c0, m2, y18, k0

In het logo heb ik gewerkt met zachte kleuren, waaronder pastelgroen en pastelgeel. Bij het kiezen van deze kleuren heb ik Anja gevraagd welke merken zij inspirerend vindt of welke bij haar passen. Hierbij gaf ze als antwoord Dille & Kamille. Dit merk heb ik vervolgens ook als inspiratie gebruikt bij het kiezen van deze kleuren. Verder heb ik voor zwart gekozen om rust te bewaren in het logo.



Eerste schets

Het logo hier links naast is de eerste schets. Dit logo vond ik te simpel en niet sprekend voor de kernwoorden die Anja mij gaf. Daarnaast vond ik het niet sprekend van wat het bedrijf daadwerkelijk allemaal uitvoerd.

Feedback vanuit Anja van Osta na tweede versie

“Heej Gijs, ik wil je even super bedanken voor het leuke en supergave logo. Dit gaan we gebruiken. Ik ben dan vaak wat langzamer in alles, maar het einddoel blijft in zicht. Dusss.... Bij deze gewoon heel erg bedankt wat mij betreft minor gehaald. Ergens ga ik je ook nog persoonlijk bedanken, dus houd mij goed in de gaten. Een vraagje, kun jij boven de e van Thoes zo’n dakje zetten? Geen idee namelijk hoe dat moet ^ deze bedoel ik.”

Met het toevoegen van het accent circonflexe op de ‘e’ was het eindproduct compleet. Ik heb het logo ontworpen en verschillende mock-ups gemaakt om het geheel te visualiseren.



In het logo heb ik gebruik gemaakt van twee verschillende lettertypes: LiebeLotte en Bell MT (Bold). LiebeLotte (handgeschreven stijl) heb ik gekozen omdat dit voor een persoonlijk element zorgt binnen het logo. Ik heb ervoor gekozen om deze in een fijne lijn te houden en kleiner ten opzichte van het woord ‘Thoêskeuken’, omdat Anja niet iemand is die prominent in beeld wil of op de voorgrond wil staan.

Verder heb ik gekozen voor Bell MT (Bold), omdat het een wat luxere uitstraling heeft door de serif en daarmee kwaliteit uitstraalt.

In het logo heb ik vier verschillende getekende elementen verwerkt. Dit zorgt voor een concreet beeld van wat het bedrijf/merk doet. Deze getekende elementen zijn gebaseerd op de stijl van Dille & Kamille. De tekeningen vormen samen het etiket.

Om een beeld te krijgen van het logo in de setting van het bedrijf, heb ik het logo in verschillende mock-ups geplaatst. Dit zorgde bij Anja voor een realistisch beeld.

Fonts:

LiebeLotte

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bell MT Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789**



Ik vond dit project leuk en vooral leerzaam. Hoewel het moodboard niet helemaal mijn persoonlijke stijl vertegenwoordigde, lag daar juist de uitdaging: om een ontwerp te creëren dat aan de verwachtingen voldeed. Het proces van het laten maken van een moodboard door de opdrachtgever werkte goed voor mij, omdat het een basis bood om op terug te vallen en een idee gaf van hoe het eindresultaat eruit zou moeten zien. Ik ben blij met het geslaagde eindresultaat en het feit dat het logo ook daadwerkelijk gebruikt gaat worden, is super om te horen.

Voorronde kunstbende



Opdrachtnemer: Jill Bergmans
Opdrachtever: Kunstbende Noord-Brabant
Contactpersoon: Hanna van Dis

Kunstbende is een netwerkorganisatie die jong, creatief talent ontdekt, ontwikkelt en exposeert. De kern van de organisatie is een **landelijke talentenwedstrijd** voor jongeren van 13 tot en met 18 jaar.

Mijn opdracht binnen de organisatie was om live “quick sketches” te maken van deelnemers tijdens een voorronde van kunstbende. Dit vondt plaats in Den Bosch. Ik heb dit bereikt door zelf contact op te nemen met de organisatie van Kunstbende en mijn portfolio door te sturen.

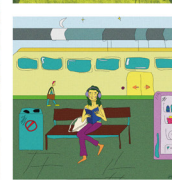
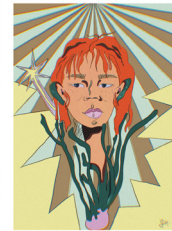
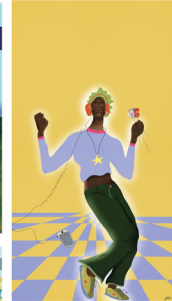
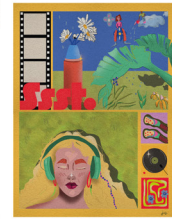
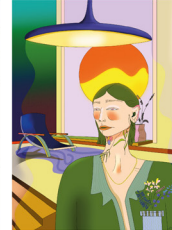
De 3 uitwerkingen:

Logo
Illustratie Skills
Affiche voor zelfpromotie

Potlood/fine liner schetsen



Digitale illustraties



Om deze opdracht te krijgen heb ik zelf contact opgenomen met Kunstbende Noord-Brabant via de mail.

Zij reageerde snel en enthousiast met dat ze iemand zochten die "quick sketches" kon maken tijdens de voorronde van Kunstbende, tijdens die voorronde kwamen er allerlei creatievelingen die auditie moesten doen voor een wedstrijd binnen hun expertise, denk aan dansen, tekenen.

Ik had gelijk mijn portfolio doorgestuurd met voorbeelden van illustraties en een webiste, hierna wilden ze een bel-afspraak maken.

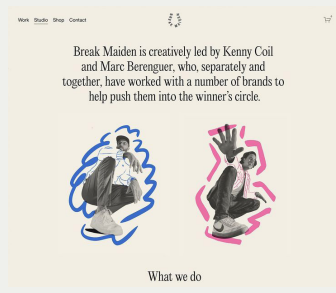
Ik zou mijn eigen werkplek krijgen en ik was vrij hoe ik deze ging indelen. Ik had wat voorbeelden gemaakt en een zelf promotie affiche met illustrator.

Ook heb ik een portfolio website gemaakt met Adobe Portfolio om professioneler over te komen.

Ook heb ik een logo ontworpen om een professioneler over te komen.

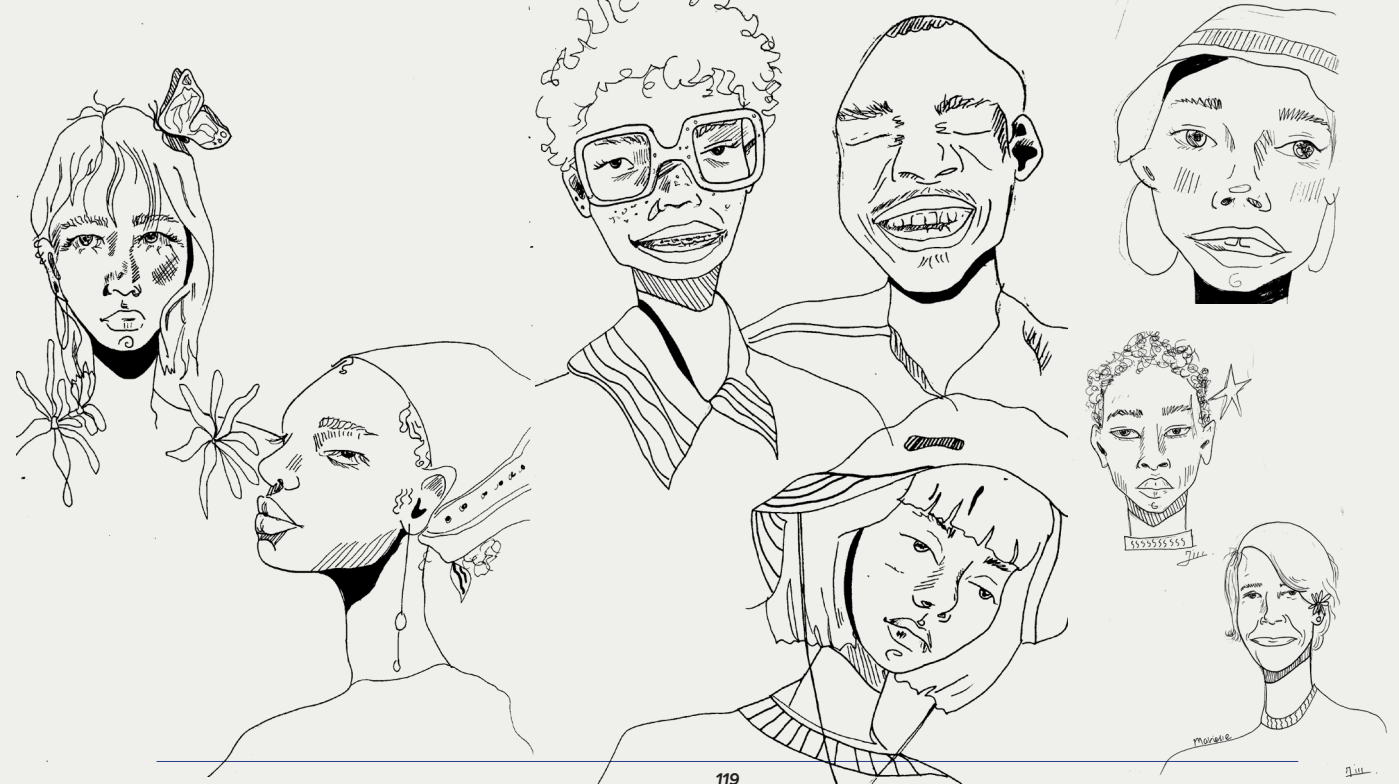


<https://jillbergmans.myportfolio.com>



Inspiratie

Mijn inspiratie komt voor uit mijn liefde voor illustratie. Dan specifiek illustraties van mensen in welke meest gekke vormen dan ook. Ik illustreer vaak op mijn Ipad, en dat is ook waar ik op heb geoefend. Ik laat hier wat beelden zien die ik heb getekend ter voorbereiding van de voorronde van de kunstbende. De stijl is gebaseerd op de stripverhaal stijl met harde schaduwen om zo een surrealistisch beeld te maken van een semi-realistisch portret. Dit is een snelle manier ook om te schaduwen aangezien de schetsen maar 5-10 minuten mochten duren per schets. Dus dit was mijn oplossing daarvoor.



Ik heb wat logo's ontworpen die ik vond passen bij mijn stijl wat , trendy, retro, pop-art en urban is. Ik heb gezocht naar fonts die mijn aandacht trokken vaak zijn dit eigenschappen als strakheid gecombineerd met iets unieks ik probeer iets tijdloos te creëren dus dit heb ik ook gedaan met de zoektocht naar het logo.

Ik hou erg van bepaalde kleuren zoals, navy en cobalt blauw, olijfgroen en roze. Deze kleuren wilde ik dus terug laten komen in mijn logo.



Dit is het uiteindelijke logo voor nu, het font heeft een speelse handgeschreven uitstraling dat goed past bij mijn werk wat ook vaak een combinatie van analoog en digitaal is. En de kleuren komen overeen met mijn voorkeuren.

Verschillende versies



Mini poster in de gebruikte illustratiestijl wat met fine liner en alleen zwart-wit is. Gemaakt met Adobe Illustrator.



Zelf promotie affiche om mezelf te promoten in mijn eigen huisstijl. Gemaakt met Adobe Illustrator, InDesign.



Uitwerking

Het was een erg leuke en leerzame opdracht om te doen. Vooral omdat ik echt uit mijn comfortzone ben gestapt, normaal gesproken zit ik achter mijn laptop als ik illustraties maak en kijkt er niemand mee, ook is fouten maken dan minder erg en confronterend.

Voorafgaand was ik redelijk zenuwachtig. Maar ik werd spontaan ontvangen en kreeg een eigen werkplek aangewezen, daarna had ik al meer rust en kwamen er langzamerhand steeds meer mensen om zichzelf te laten illustreren.

Uiteindelijk heb ik rond de 20 mensen geïllustreerd waarvan ik een aantal heb gefotografeerd.

Samengevat, was het dus een hele leerzame en leuke ervaring waarvan ik zowel sociale als creatieve vaardigheden heb ontwikkeld.



Phelody

Maak een nieuwe albumcover en stickers die ik door Nijmegen kan ophangen was de vraag van Pepijn, ookwel Phelody. Pepijn is een Nijmeegse student die graag in zijn vrije tijd muziek maakt en deze op Spotify deelt.

Pepijn is een 21 jarige Dutch house, techno en hip hop producer. Hij begon als beatmaker voor hiphopartiesten. Na een tijdje begon hij verder te experimenteren en bracht hij meerdere nummers uit.



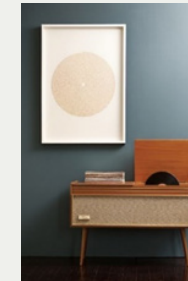
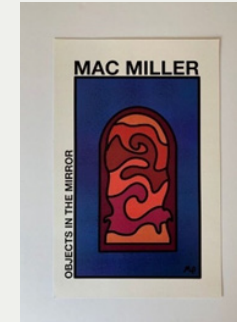
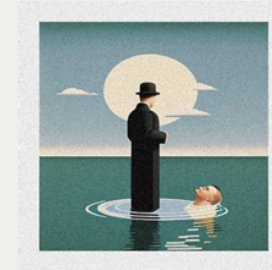
Opdrachtnemer: Mare Schoonenberg
Opdrachtever: Phelody
Contactpersoon: Phelody

Ik ken Pepijn via vrienden van mij en we raakten aan de praat. Hij vertelde dat hij nog wel iemand kon gebruiken die een albumcover en sticker-ontwerpen kon maken. Hij stelde een moodboard samen met inspiratie en we hebben een avondje samen gezeten voor overleg.

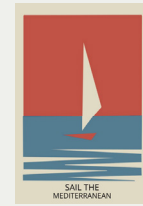
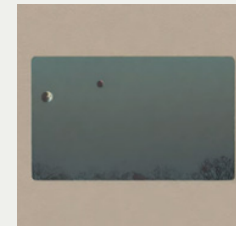
Het volgende kwam uit het gesprek:

- minimalistisch
- eenvoudig
- vintage look
- de ruimte en astronauten mooi
- muziek alleen luisteren (in een trans zitten).

Daarnaast viel het mij op dat hij bij elk van zijn huidige albumcovers een maan had. Een maan moest er dus wel in. Bovendien vond hij de Bauhaus stijl erg vet, maar ik mocht zelf weten of ik hier iets mee zou doen.

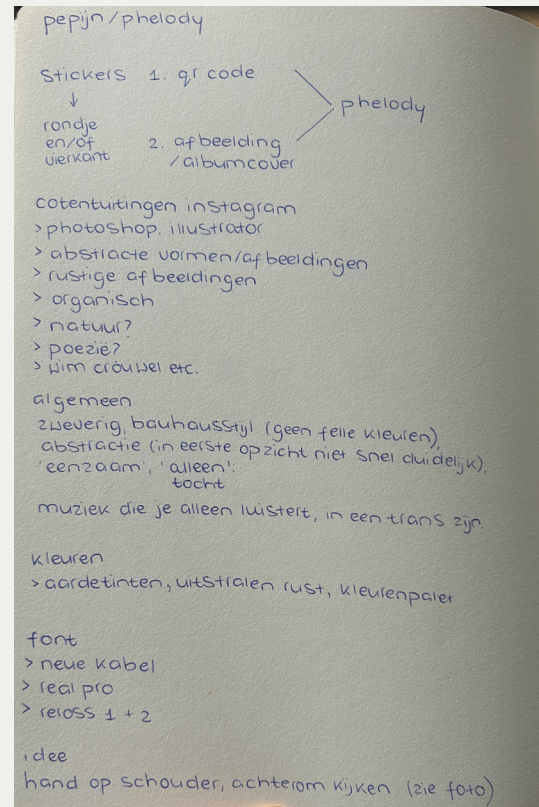
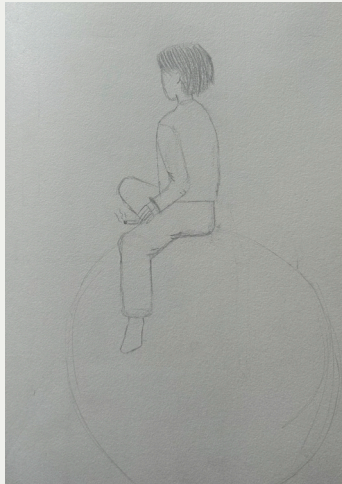


Inspiratie

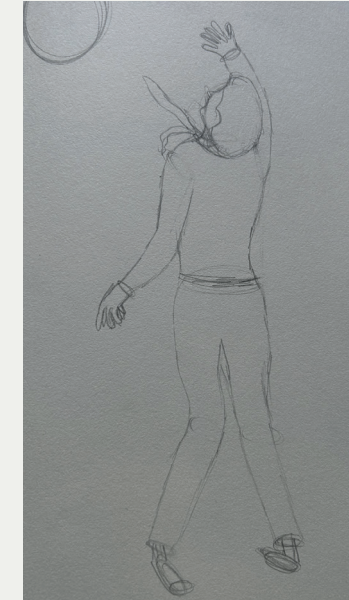




Dit is de schets en ik heb inspiratie opgedaan van een tekening van Pinterest.



Deze schetsen heb ik naast de andere 2 gemaakt. De linkerschets moest iemand voorstellen die met zijn hoofd tegen de muur leunde. Dit lukte niet goed en ik vond het uiteindelijk niet passen bij 'in een trans' verkeren.

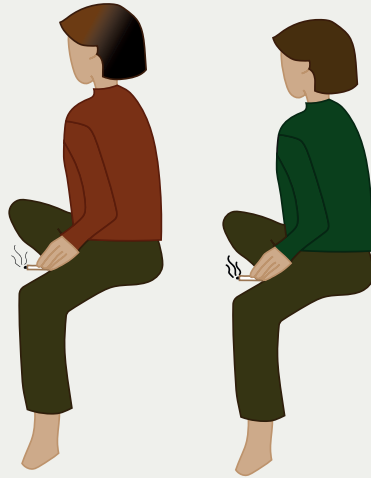


De rechterfoto is iemand die zijn kracht uit de maan haalt er naar de nacht snakt. Ik vond de schets goed gelukt, maar minder passend dan de andere 2 uitgekozen schetsen.

5.3 Persoonlijke klant Mare Schoonenberg Illustratie



Dit is mijn schets, overgetrokken in Illustrator



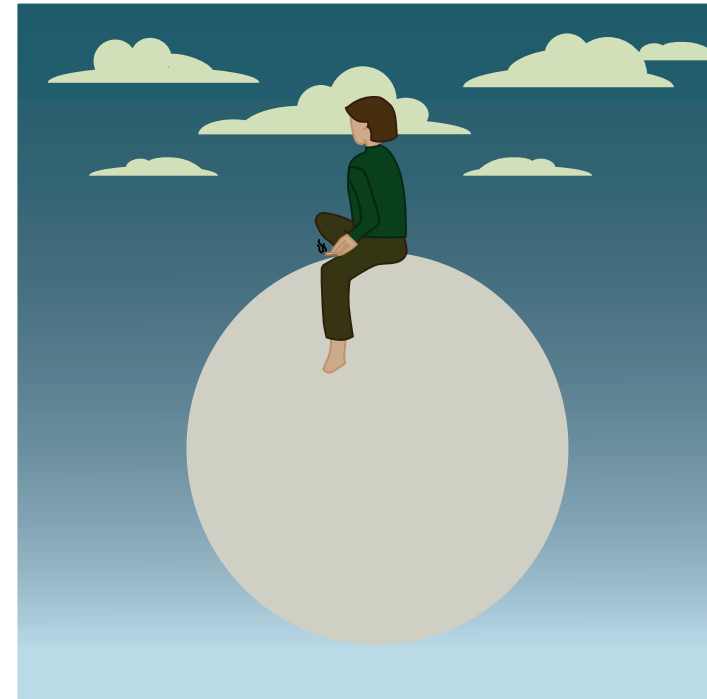
Dit zijn 2 ontwerpen ingekleurd. Ik twijfelde tussen deze twee kleuren, omdat groen passender was bij de natuur. Rood gaf een warmer gevoel en Pepijn koos uiteindelijk voor de rode kleur.



Dit is mijn getekende schets. Eerst had ik er nog een raamkozijn om heen getekend, maar deze heb ik uitgegumd en vervangen door een maan waar ze op zit.

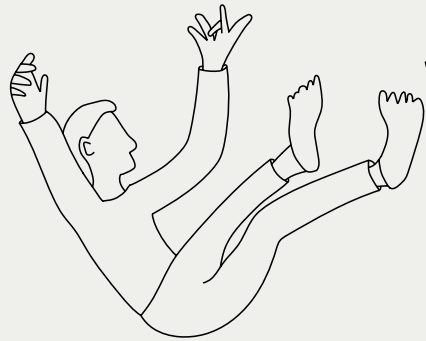
#101736 C100 M93 Y45 K59	#d7b58f C16 M30 Y45 K4	#a67d52 C28 M46 Y67 K21	#803111 C31 M84 Y100 K40	#482f19 C47 M66 Y81 K69
#d4edfc C20 M0 Y0 K0	#eadda9 C11 M11 Y41 K0	#d8d6ac C18 M13 Y22 K1	#3f3918 C61 M55 Y92 K64	#743e10 C35 M71 Y100 K46

5.3 Persoonlijke klant Mare Schoonenberg Illustratie



Deze blauwe kleur vond Pepijn teveel lijken op zijn oude albumcover. Hij wilde juist graag iets nieuws.

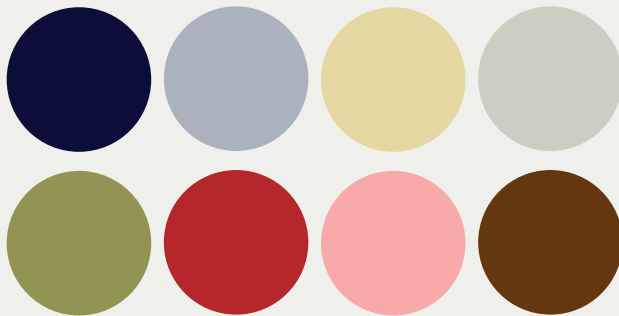




Dit is het resultaat van het overtrekken van mijn getekende poppetje.



Hier heb ik het poppetje kleur gegeven. Vervolgens ging ik kijken naar de omtreklijnen en welke kleur ik deze moest geven en hoe dik de omtrek kon zijn.



Uiteindelijk heb ik de omtrek dunner gemaakt en de kleur minder donker. Dit vond ik er mooier en minimalistischer uit zien.

Dit zijn kleuren die ik heb elkaar heb gezocht, passend bij aardetinten en tinten die Pepijn mooi vindt. Het rood, bruin en groen van de kleuren van de poppetjes zijn hierop gebaseerd.

Pepijn wilde graag aardtinten en rustige kleuren (nude kleuren). In zijn moodboard en andere albumcovers kon ik afleiden wat voor kleuren dit zoal waren. In eerste instantie haal ik qua kleurgebruik inspiratie uit zijn laatst uitgebrachte albumcover. Dit was een soort turquoise/blauwe kleur. Ik had het doorgestuurd naar hem, maar hij vond het ontwerp teveel lijken op de laatste cover. Tegelijkertijd gaf Dewi de tip om de achtergrond wat donkerder blauw/paars te doen. Dit gaf meer het nachtidee in combinatie met de maan. Ik paste de blauwe kleur aan naar een donkere blauw/paars combinatie en stuurde het op naar Pepijn. Hij vond het erg mooi en we besloten om deze kleur te behouden. Het poppetje in lijkt in haar trans en eigen wereld te zitten met de muziek en een sigaret in haar handen. De omgeving om haar heen veranderd naar de duisternis van de nacht en hier kan ze in ontsnappen.

De kleur bij de sticker is wat warmer paars. Hier had ik voor deze warme kleur paars gekozen, omdat het poppetje in de warme nacht valt. Hij laat zich meegaan in de muziek, maar ook in de warme nacht. Wat zal de nacht en muziek hem brengen? Warmte. De paars past hier goed bij, omdat het wel het gevoel van overgang van avond naar nacht creëert. Hier zijn de wolken een warme tint van lichtgrijs. Blauw of wit zou hier teveel opvallen en het poppetje weg doen vallen. Ik heb onderaan de wolken een overgang van kleur gebruikt, zodat er diepte de wolk ontstaat. De maan is lichtgeel, zodat je het kenmerkt met de maan en door de grote wel opvalt, maar niet te erg. Ik wilde de maan niet zoals bij het ander ontwerp zo groot laten opvallen, omdat het hier gaat het vallende poppetje. Bij het andere ontwerp is de maan onderdeel van het poppetje. Ze zit namelijk op de maan. Daarom is hij daar zo groot. Bij de grote maan heb ik onderaan een vlak met een overgang van kleur geplaatst, zodat het meer diepte zou creëren.

Over de kleding heb ik bij de poppetjes niet teveel nagedacht. Ik heb af en toe Jill gevraagd, wat zij mooi vond. Bij de sticker vond ik het juist mooi als de kleding wat meer opviel, omdat hier de persoon het hoofdonderwerp is. Bij de albumcover vond ik het mooi als de meisje haar kleding niet teveel zou opvallen, maar zou worden opgenomen in het totale beeld.

Typografie:
Toen ik het in begin met Pepijn ging zitten, gaf hij aan dat hij de typografie van Bauhaus erg vet vond. Ik zocht 4 lettertypes uit die ik bij zijn stijl vond passen. Hier koos ik voor kleine letters en hoofdletters, om te kijken wat er passender uitzag. Uiteindelijk leken de lettertypes in hoofdletters erg op elkaar, maar hij vond die van 'reross' het mooist. Ik ben daarom voor dat lettertype gegaan.

Beeld en vorm:

Ik heb een combinatie gemaakt van ronde en strakke vormen. Er zitten strakke lijnen in zoals de onderkant van de baan, delen van de omtrek van het zittende poppetje en de omtrek van de albumcover is vierkant. Daarnaast heb ik de ronde vorm van de maan, bovenste gedeelte van de wolken en delen van de poppetjes ronder gemaakt. Ronde vormen geven een warmer gevoel en dat gevoel wilde ik overgeven als je naar de ontwerpen kijkt.



Albumcover



Stickerontwerp

Beiden ontwerpen heb ik zelf getekend en gedigitaliseerd of vormen ontwerpen en samen-gevoegd in illustrator. Voor een vintage effect heb ik het in Photoshop geplaatst en een ruis effect eroverheen gedaan.



Ik vond dit een hele leuke opdracht. Ten eerste omdat ik Pepijn persoonlijk ken en hij dit heel erg waardeert en blij is om het te gebruiken. Daarnaast heb ik er ontzettend veel van geleerd. Ik heb ontdekt dat tekentalent in mij zit en daarnaast heb ik geleerd hoe ik het vervolgens kon overtrekken en kleuren in illustrator. Het ging niet altijd vlekkeloos, maar met hulp van groepsgenoten en veel geduld, is er een mooi resultaat uitgekomen. Daarbij ging het overleg tussen Pepijn en mij ging erg goed en we hebben veel geappt over de verschillende keuzes. Hij is mij enorm dankbaar en de samenwerking wordt verder doorgezet!





Maak artwork voor een t shirt print voor het merk Mudguard. Mudguard hecht veel waarde aan individueele vrijheid en vrije uitdrukking.

Deze opdracht heb ik gekregen van een klasgenoot, Kik. Hij benaderde mij omdat hij eerdere werken van mij had gezien en mij perfect vond voor deze opdracht.

Tijdens de 1ste review ronde vonden Dewi en Geerd mijn werk voor Kik nog een beetje dun en wilde ze graag 2 nieuwe ontwerpen van mij zien die wat meer verschillen van elkaar. Na te overleggen met Kik kwamen we erop uit dat ik weer 1 3D ontwerp zou maken en deze keer ook een illustratie. Ik ging weer vanuit de kern-waardes van Mudguard opzoek naar inspiratie.

Opdrachtnemer: Sef van Haalbeek
Opdrachtever: Kik
Contactpersoon: Kik

Ontwerp 1



Voor het eerste moodboard wilde ik weer met 3D en chroom werken. Een veel voorkomend thema in Mudguard is de leus "love sick" en als ik aan love denk moet ik meteen aan hartjes denken. Ik heb hierbij gekeken naar verschillende manieren van 3D harten met een focus op Y2K aesthetics.

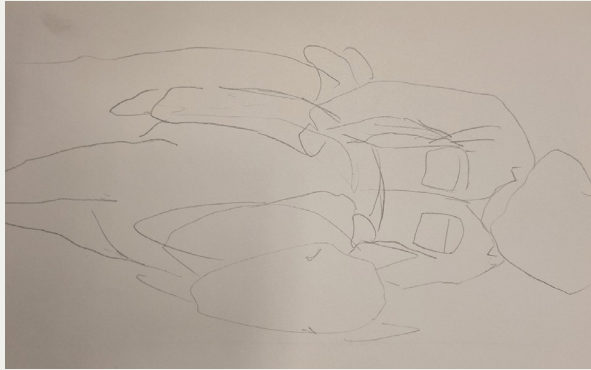
Ontwerp 2



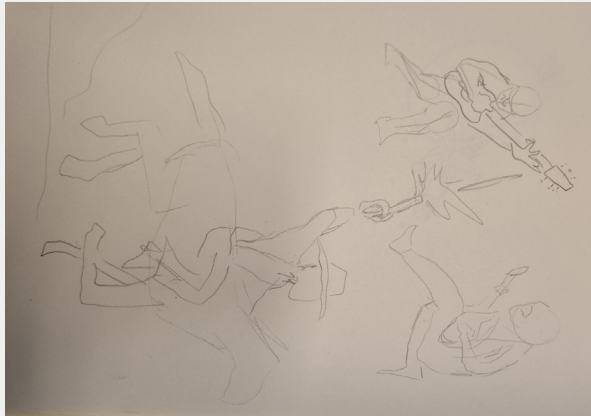
Het tweede moodboard ging over het illustratieve ontwerp. Hierbij heb ik vooral gekeken naar de waarde van persoonlijke vrijheid. Bij het woord vrijheid moest ik meteen denken aan cowboys, ruwe mannen die rijden waar ze willen en zich aan niemand hoeven te verantwoorden. Omdat dit een illustratie ging worden heb ik gekeken voor schetsachtige voorbeelden omdat dit ook overeenkomt met mijn illustratie stijl.



Bij dit ontwerp heb ik gekozen om een 3D ballon hart te maken, ik wilde hier een ballon van maken omdat dit een trend is binnen 3D ontwerp, het zorgt voor interessante vouwen die coole reflecties maken en omdat het idee van een plastic hart lekker past bij de Y2K aesthetic en de leus "love sick" alsof het hart nep is. Ook heb ik weer de quote love sick toegevoegd alleen deze keer in de vorm van een cirkel waarin de letters vast gemaakt zijn aan de cirkel als een soort omlijsting van het hart, dit zorgd ervoor dat het hart en de omlijsting een beter geheel vormen. Ik heb in Blender weer dezelfde chroom materiaal toegevoegd en met de HDRI gespeeld om interessante reflecties te maken. Uiteindelijk heb ik de output door Photoshop gehaald en verschillende kleur correcties gedaan om de kleuren van de reflectie te laten poppen en daarmee ook meer die felle, dreamy Y2K aesthetic benadrukt. Het gekozen lettertype is Summa regular, deze is gekoze omdat ik een hoog serif font wilde gebruiken die goed de aandacht zou pakken, ook is dit een Adobe font dus is er geen gedoe met licenties.



Tijdens het schetsproces voor het cowboy ontwerp heb ik verschillende poses geprobeerd van een enkele cowboy met geweer die springt tot een cowboy op zijn paard. Hierbij kwam de schets van het zij profiel van de cowboy het beste naar voren vanwege de vorm, hiermee kon ik ook het beste met tekst erom heen spelen



Ik heb de schets van de cowboy uitgewerkt en in Illustrator via image trace digitaal gemaakt. Het paard en de cowboy komen hierdoor goed naar voren maar ik wilde de snelheid benadrukken door er een stof wolk aan toe te voegen. Voor de typografie heb ik gekozen voor het lettertype Miss Stanford, deze paste net perfect tussen de benen van het paard en benadrukken het handgeschreven gevoel aangezien de rest ook een illustratie is. Ik heb hierbij ook gekozen om de M van Mudguard uit de stofwolk te snijden, dit kwam het beste uit met de plaatsing van de cowboy omdat er anders te veel ruimte tussen de tekst en de illustratie was. Uiteindelijk heb ik gekozen om de illustratie geel/oranje te maken, dit zorgt ervoor dat het van de zwarte achtergrond afspringt en is een klassieke kleur combinatie binnen de mode wereld.

Tijdens deze opdracht heb ik weer goed kunnen oefenen met Blender en Photoshop, over deze programmas heb ik ook niet echt iets nieuws geleerd. Echter was dit wel de 1ste keer dat ik een van mijn illustratie digitaal heb gemaakt, dit vond ik eerst altijd lastig omdat ik nooit kon omgaan met teken tablets. Zo heb ik nu geleerd dat als ik een illustratie via Illustrator wil tracen dat ik de lijnen van mijn tekening heel duidelijk moet maken en zo min mogelijk toon verloop moet toevoegen in de vorm van schaduws of dergelijke. Verder vond ik dit ook weer heel leuk om te doen omdat ik weer lekker creatief kon doen en ik werk altijd graag voor Kik.

Tamar Huijbregts

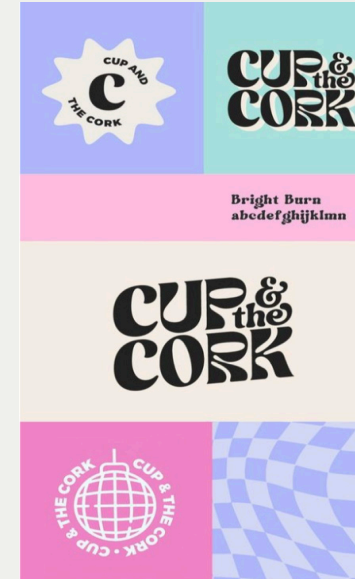


Voor mijn persoonlijke opdracht hoefde ik niet ver te zoeken naar een opdrachtgever. Mijn zus is vorig jaar begonnen met haar opleiding tot fotograaf en wil na een jaar studie een eigen bedrijfje opstarten. Het was fantastisch dat ik haar tijdens deze minor Graphic Design kon ondersteunen!

De vraag vanuit de klant was duidelijk: **een logo creëren met speelse vormen, iets dat veelzijdigheid, dynamiek en authenticiteit uitstraalt.**

Om de wensen van de klant beter te begrijpen, hebben we samen kort overlegd en voorbeelden gezocht. Uit deze bijeenkomst kwamen de volgende voorbeelden naar voren.

Opdrachtnemer: Rowan Huijbregts
Opdrachtever: Tamar Huijbregts
Contactpersoon: Tamar Huijbregts



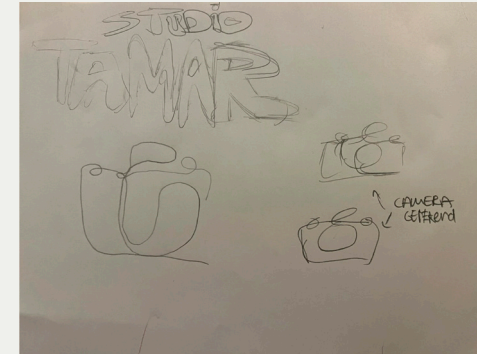
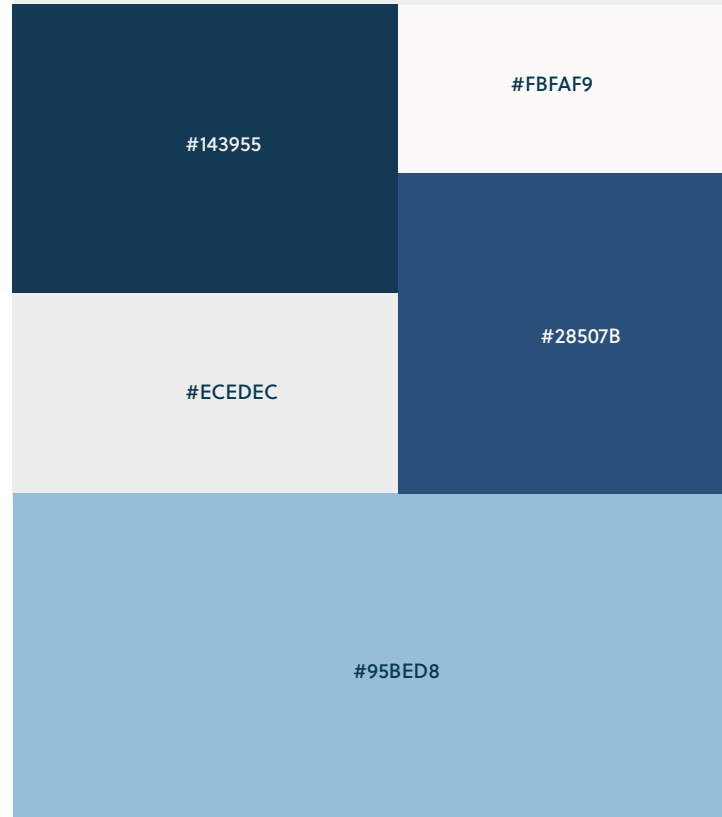
Voor het logo was de vraag naar een speels logo, waar niet te veel detail in zat. De voorbeelden die waren gegeven, zijn meegenomen naar het ontwerp voor de letters van het logo. Deze zijn ontstaan door het vervormen van organische vormen, met name cirkels.

In het begin van het ontwerp heb ik geëxperimenteerd met diverse dynamische vormen en icoontjes. Uiteindelijk heb ik de blauwe kleurenpaletten die ik in de inspiratieafbeeldingen zag, toegepast in de vormen en ermee gespeeld. Het ontwerp oogde wat statisch, dus heb ik ervoor gekozen om een element in te brengen uit de zelfgemaakte letters die ik in Illustrator had gemaakt.

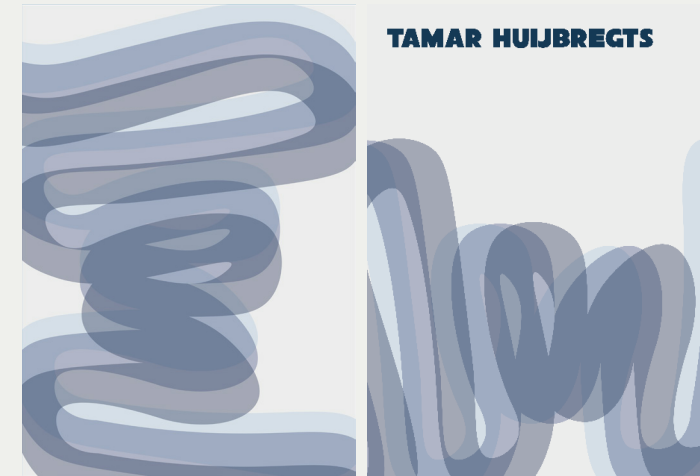
Gezien de speelse en niet al te nette letters in het grootste deel van het logo, heb ik besloten om het woord 'fotografie' wat zakelijker en netter te houden. Dit zorgde voor een balans tussen speelsheid en professionaliteit binnen het ontwerp.

Inspiratie

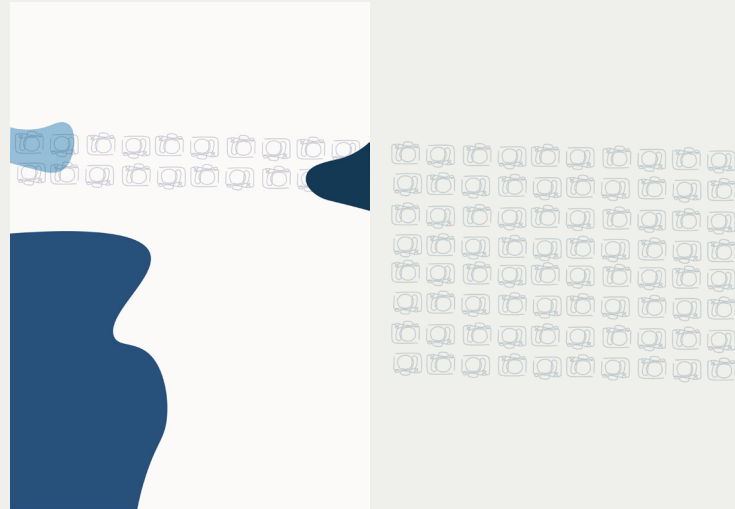
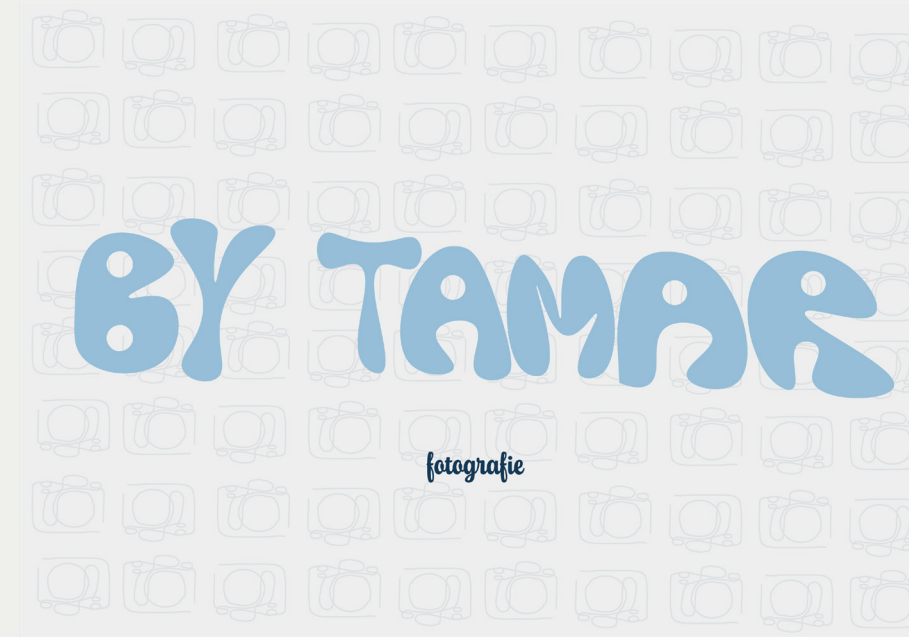




In het begin van het ontwerp heb ik geëxperimenteerd met diverse dynamische vormen en icoontjes. Uiteindelijk heb ik de blauwe kleurenpaletten die ik in de inspiratieafbeeldingen zag, toegepast in de vormen en ermee gespeeld. Het ontwerp oogde wat statisch, dus heb ik ervoor gekozen om een element in te brengen uit de zelfgemaakte letters die ik in Illustrator had gemaakt. Gezien de speelse en niet al te nette letters in het grootste deel van het logo, heb ik besloten om het woord 'fotografie' wat zakelijker en netter te houden. Dit zorgde voor een balans tussen speelsheid en professionaliteit binnen het ontwerp.

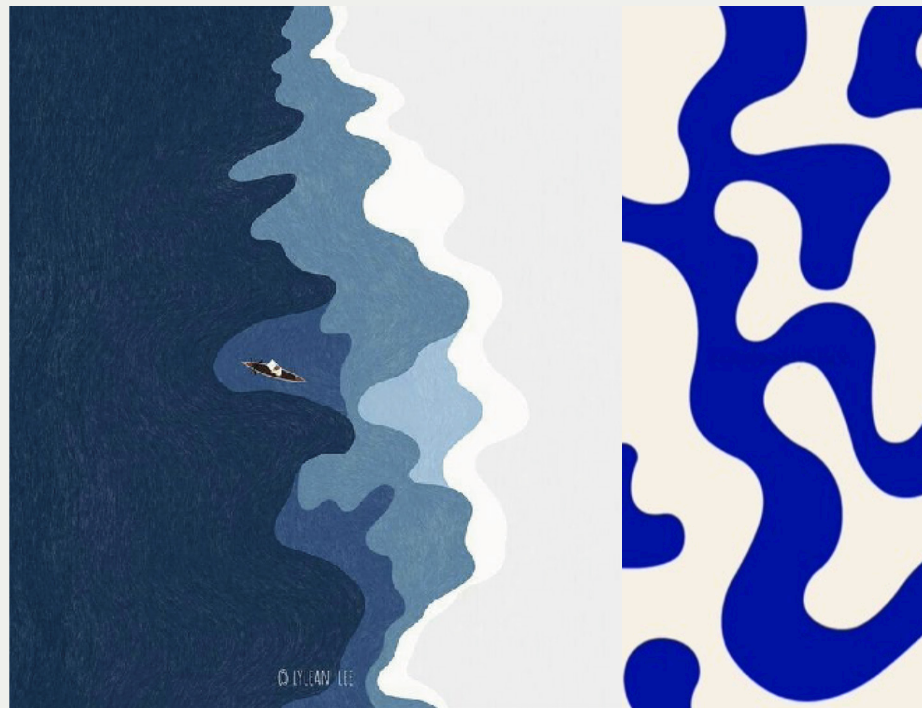


Tamar Huijbregts

TAMAR HUIJBREGTS**BY TAMAR**

Deze opdracht bood een waardevolle ervaring. Het proces van samen brainstormen, ideeën ontwikkelen en ze vervolgens uitvoeren was niet alleen boeiend, maar ook leerzaam. Het realiseren van het beoogde ontwerp, dat zowel aan de verwachtingen van de klant voldeed als mij persoonlijk aansprak, droeg bij aan een positieve interactie tussen beide partijen.





In de kleurinspiratie kreeg ik verschillende tinten blauw terug tijdens de vergadering die we hadden. Als gevolg daarvan dienden deze twee afbeeldingen als een mooi referentiekader. Hierin zien we een wat speelsere vorm, die een gevoel van flexibiliteit en speelsheid weergeeft, zowel voor de kleuren als de kleurencombinatie als de elementen die graag terugkwamen in het ontwerp.

Ik ben samen met de verschillende blauwtinten aan de slag gegaan en door middel van veel verschillende lagen, aanpassingen en metingen heb ik een mooi patroon kunnen maken als extra toevoeging.





In de kleurinspiratie kreeg ik verschillende tinten blauw terug tijdens de vergadering die we hadden. Als gevolg daarvan dienden deze twee afbeeldingen als een mooi referentiekader. Hierin zien we een wat speelsere vorm, die een gevoel van flexibiliteit en speelsheid weergeeft, zowel voor de kleuren als de kleurencombinatie als de elementen die graag terugkwamen in het ontwerp.

Ik ben samen met de verschillende blauwtinten aan de slag gegaan en door middel van veel verschillende lagen, aanpassingen en metingen heb ik een mooi patroon kunnen maken als extra toevoeging.

- 1. Facturen groepsopdrachten
- 2. Inkomen persoonlijke opdrachten



Financieel overzicht



Professor Goossenslaan 1
5022 DM, Tilburg
T: +31 6 44143744
E: blikkdesignagency@gmail.com

Blikk.
T.a.v. de financiële administratie
Veilingkade 15
4815HC Breda

Factuur
Factuurnummer: 34526579

Factuurdatum: 19-03-2024
Vervaldatum: 24-05-2024

Omschrijving	Bedrag	Totaal	Btw
Logo	5 tickets voor	5 tickets voor	21%
Huisstijlkleuren	G-SPOT	G-SPOT	
Typografie	festival	festival	
4-tal fles etiketten gededignnd voor	22 juni	22 juni	
SPOT Containerbar			



Professor Goossenslaan 1
5022 DM, Tilburg

T: +31 6 44143744

E: blikkdesignagency@gmail.com

Blikk.
T.a.v. de financiële administratie
Van bercherenstraat 17
6511 BA Nijmegen

Factuur
Factuurnummer: 34526578

Factuurdatum: 19-03-2024
Vervaldatum: 24-05-2024

Omschrijving	Bedrag	Totaal	Btw
Logo Huisstijlkleuren Typografie Uitwerking van het concept	€250	€250	21%



Professor Goossenslaan 1
5022 DM, Tilburg

T: +31 6 44143744

E: blikkdesignagency@gmail.com

Non Profit dus geen vergoeding.

Blikk.
T.a.v. de financiële administratie
Druivenstraat 55
4816KB Breda

Factuur
Factuurnummer: 34526576

Factuurdatum: 19-03-2024
Vervaldatum: 24-05-2024

Omschrijving	Bedrag	Totaal	Btw
Logo Huisstijlkleuren Typografie	0 euro	0 euro	21%

Gijs	2 flessen limonchello	Logo ontwerp
Rowan	€50	Logo ontwerp
Jill	€150	Live illustreren
Sef	€0	Shirt print ontwerp
Mare	€0	Album Hoes ontwerpen

1. Individuele reflecties

2. Samenwerking reflecties

3. Taakverdeling



Reflecties

Wat heb ik geleerd?

Ik heb geleerd om beter in groepsverband te werken. Door mijn achtergrond bij de opleiding vormgeving ben ik gewend om enkel individuele opdrachten te doen. Dit was dus op het begin wel even wennen omdat je dus veel rekening met de ander moet houden en veel contact moet hebben. Ik heb hier veel van geleerd, ik liep er op het begin wel een beetje tegenaan omdat je toch vaak je eigen ideeën wilt uitwerken in plaats van bij elke beslissing te overleggen. Maar ik heb me weg er wel in gevonden door goed met elkaar te overleggen en compromissen te sluiten.

En ik heb uiteindelijk de opdracht om het huisstijlboek te maken op me genomen waarbij ik de leiding had waar ik dus wel veel over heb gelerd omdat ik veel contact met mijn groepsgenoten moest hebben over alles wat er in moest komen. Ook heb ik geleerd om zelf naar klanten toe te gaan met zelfvertrouwen, ik vond dit altijd best lastig en was hier wat meer bescheiden in maar nu heb ik wel geleerd om het gewoon te doen en te bellen.

Wat vond ik leuk?

Het leukste vond ik dat we een goede band hadden met de groep wat er ook voor zorgde dat het leuk was om samen te werken en we allemaal goed onze mening konden uiten, ik vind sfeer altijd heel erg belangrijk en dit zorgde ervoor dat ik motivatie bleef hebben.

Ik vond het ook erg leuk dat we klanten hadden gevonden in de evenementen branche, dit is namelijk iets wat ik zelf erg interessant vind en me later wellicht ook bezig mee wil houden. Dus dit was daar al een leuk voorproefje op!

Wat vond ik niet leuk?

Wat ik minder leuk vond was dat het best lastig was om een groepsverdeling te maken bij de opdrachten die we van klanten kregen, omdat je natuurlijk allemaal een ontwerp wil maken, en we dus best lang bleven hangen in welk ontwerp we gingen kiezen en welke de beste was, omdat iedereen natuurlijk ook wel een andere mening heeft, en we allemaal graag wilden ontwerpen. Dit maakte het proces van de ontwerp opdrachten wat slomer omdat de keuzes maken dus lastig was, en ik denk als we wel gelijk een groepsverdeling hadden gemaakt we dit misschien hadden kunnen voorkomen.

Wat zou ik volgende keer anders doen?

Ik zou de volgende keer dus op het begin gelijk een groepsverdeling maken van wie wat doet om verwarring en keuzestress te voorkomen. Hierdoor verloopt het proces gewoon veel gemakkelijker zou ik denken.

Wat heb ik geleerd?

Tot aan deze periode had ik geen ervaring met Adobe-programma's. Ik ging dus onbekend terrein in. Door veel tijd te besteden aan de programma's, vragen te stellen aan medestudenten en docenten, en tutorials op YouTube te bekijken, heb ik nu een basis-begrip van de Adobe-programma's.

Daarnaast heb ik tijdens deze periode ervaren hoe het is om samen met anderen een (fictief) bedrijf op te zetten. De belangrijkste les die ik hieruit heb geleerd, is dat je rekening hebt te houden met drie andere meningen. Ik neig snel naar een positie binnen een groep om het alleen zelf te willen doen. Ik heb deze periode daar bewust op gelet en soms ook even kat uit de boom gekeken.

Alle facetten van het opstellen van een onderneming vond ik interessant. Ik heb geleerd dat ik het leuk vind om bezig te zijn met het zoeken van opdrachtgevers/netwerken, gesprekken voeren over wat ze uit willen stralen en onderhandelen over prijzen.

Wat vindt ik leuk?

Ik vond het leuk om ontwerpen te maken voor opdrachtgevers die vervolgens ook werden gebruikt. Als beginnend grafisch ontwerper gaf dat niet alleen voldoening, maar ook waardering voor mijn werk. Het bracht echter ook een zekere druk met zich mee, omdat het ontwerp van hoog niveau moest zijn. Toch waardeer ik deze druk, omdat het het beste in mij naar boven haalt. Illustrator heeft deze periode ook mijn voorkeur gekregen, omdat ik het fascinerend vind om vanuit het niets iets te creëren in dit programma. Ik kan helemaal opgaan in Illustrator en er uren mee bezig zijn.

Wat vond ik niet leuk?

Indesign vind ik het minste programma om in te werken en merk aan mezelf dat ik het ook liever vermijd. Ik heb het gevoel dat je hier op een andere manier creatief bezig bent en deze manier past minder goed bij mij.

Het werken aan een ontwerp opdracht in een groep vond ik uitdagend vanwege de beperkingen van het samenwerken in één document. Meestal resulteerde dit in individuele concepten, waaruit vervolgens het beste werd gekozen.

Wat zou ik volgende keer anders doen?

In de toekomst zou ik graag meer persoonlijk contact hebben met opdrachtgevers. Dit zou het mogelijk maken om ontwerpen te presenteren en vervolgens in gesprek te gaan over de ontwerpen en de gemaakte keuzes. Helaas was het door tijdsbeperkingen in de afgelopen periode niet mogelijk om onze agenda's op elkaar af te stemmen.

Bij toekomstige groepsontwerp opdrachten wil ik een duidelijke taakverdeling hanteren, zodat voor iedereen helder is wie verantwoordelijk is voor welk onderdeel van het ontwerp. Op die manier kunnen we voorkomen dat één persoon meer werk doet dan anderen, gezien de uitdagingen van samenwerken in één document.

Wat heb ik geleerd?

Binnen mijn vakgebied van eventmanagement draait veel om samenwerken in groepsverband. Maar in dit project met nieuwe software moesten we echt anders schakelen. Normaal gesproken zijn taken en verantwoordelijkheden binnen eventmanagement duidelijk verdeeld, maar nu was het lastiger inschatten hoe we taken zouden verdelen en hoeveel tijd ze zouden kosten. Deze ervaring heeft me geleerd dat communicatie essentieel is, vooral als je met klanten werkt.

Het is belangrijk om open te zijn over eventuele problemen en vragen te stellen als iets niet duidelijk is. Daarnaast benadrukte dit project het belang van het bespreken van persoonlijke voorkeuren binnen het team. Als je van tevoren niet aangeeft hoe je graag werkt, kan dat later voor problemen zorgen in de groep.

Wat ik ook tijdens deze periode van tien weken heb gemerkt, is dat ik actiever ben als ik een opdracht leuk vind en er uitdaging in zie. Maar als ik iets minder leuk vind, ben ik minder snel geneigd om proactief te zijn. Ik heb gemerkt dat ik snel inspeelde op situaties en soms zelfs het voortouw nam, wat goed voelde.

Wat vindt ik leuk?

Aan het begin van deze 10 weken had ik echt niet verwacht dat we als groep zo’n goede klik zouden hebben. We zijn allemaal behoorlijk verschillend, maar toch passen we goed bij elkaar. De sfeer in de groep was altijd heel relaxed. We konden echt alles tegen elkaar zeggen, of het nu over schoolwerk ging of over persoonlijke dingen.

En naast de toffe groep vond ik het ook super interessant om de wereld van een designbureau te ontdekken. Hoe haal je opdrachten binnen, hoe praat je met klanten, hoe ga je te werk zodat iedereen happy is met het resultaat, en hoe voorkom je gedoe? Dat was allemaal echt leuk om te ervaren! Het was een goede voorproef voordat ik zelf dat soort opdrachten ga oppakken!

Wat vond ik niet leuk?

Het is lastig voor mij om iets specifiek aan te wijzen dat ik minder leuk vond tijdens het proces. Soms verliepen dingen gewoon niet zo soepel als gehoopt, maar op dat moment had ik er niet altijd controle over.

Wat zou ik volgende keer anders doen?

De volgende keer zou het verstandiger zijn om aan het begin duidelijkheid te verschaffen aan de opdrachtgevers over het financiële aspect. Achteraf gezien denk ik dat we hierin iets te terughoudend waren en het direct hadden moeten aankaarten. Door dit niet vanaf het begin te doen, ontbrak er een concrete afspraak, wat voor beide partijen minder handig was.

Wat heb ik geleerd?

Tijdens de opdrachten heb ik verschillende dingen geleerd. Zo heb ik mijn technische skills kunnen beoefenen en heb ik metname in Photoshop nieuwe kennis opgedaan over het gebruik van Filters en in Blender over het gebruik van HDRIs en chroom materialen om zo interessante licht reflecties te maken. Ook heb ik meer geleerd over het vertalen van concepten naar beeldtaal vooral bij de La Novia opdracht, door te werken vanuit de leus “sexy maar chique” kon ik heel doelgericht een stijl en ontwerp maken die past bij de wensen van de opdrachtgever.

Wat vindt ik leuk?

Het leukste tijdens dit project vond ik het ontwerpen voor Kik en Mudguard. Dit kwam omdat ik hier veel creatieve vrijheid kreeg en onze stijlen veel overeenkomt. Door de creatieve vrijheid voelde ik me gestimuleerd om te experimenteren met middelen waar ik voorheen niet zo veel ervaring mee had dus het heeft qua technische skills me ook de meeste nieuwe ervaring geleverd zoals het gebruik van filters in Photoshop en materialen en HRDIs in Blender.

Wat vond ik niet leuk?

Het minst leuk vond ik hoe de communicatie verliep tussen ons en de opdrachtgevers van La Novia. Waar wij het gevoel hadden dat we ons juist professioneel naar hun deden opstellen en constant kwaliteit werk deden leveren kregen we weinig terug van hun. Uiteindelijk is er ook nooit een keuze gemaakt vanuit hun voor het logo en huisstijl dus dit geeft mij wel het gevoel alsof dit werk voor niks is geweest. Ik ben nog steeds tevreden over de resultaten

maar het vooruitzicht om werk van mijzelf terug te zien op een fysieke locatie vond ik super vet, jammer dat dit nu nog niet gaat gebeuren.

Wat zou ik volgende keer anders doen?

Mijn verbeterpunten in het groepsproces zijn uiteraard mijn interne communicatie en initiatief tonen. Hier heb ik verschillende punten van laten vallen binnen de groep en dit vind ik ook heel jammer. In de toekomst wil ik beter mijn best doen om beter te communiceren door vaker vaste stand up momenten in te plannen voor mezelf en meer initiatief tonen door vaker vanuit mijzelf meer voortgang te laten zien en taken op mij te nemen.

Wat heb ik geleerd?

Ik heb geleerd om vanuit niets een product neer te zetten dat naar wens is van de opdrachtgever. Ik heb samen met mijn opdrachtgever gezeten wat nodig was en uiteindelijk heb ik iets ontworpen wat past bij zijn wensen en dit in mock ups gezet. Zo krijgt de opdrachtgever een goed beeld van het eindresultaat. Daarnaast heb ik geleerd om mensen te tekenen. Het zijn geen gedetailleerd getekende mensen, maar de basis is er! Daarbij heb ik geleerd hoe ik mijn getekende poppetje digitaal kan omzetten en kleur kan geven. In mijn ontwerp heb ik geleerd door verschillende vormen te maken, één vorm te creeëren. Door extra vormen toe te voegen met een kleurverloop in illustrator, heb ik geleerd voor een 3D effect te zorgen.

Verder heb ik geleerd dat het samenwerken soms lastiger kan zijn dan verwacht. Je merkt dat iedereen een eigen smaak en mening heeft, wat zeker goed is. Ik heb daarom geleerd mij flexibeler op te stellen en dingen los te laten. Het kan namelijk niet altijd gaan, zoals je in je eigen hoofd voor ogen had.

Wat vond ik leuk?

Ik vond het erg leuk om met illustrator te werken. Je kan zoveel verschillende dingen met dit programma. Daarbij ligt illustrator mij het beste en heb ik er veel van geleerd afgelopen periode. Daarnaast vond ik het leuk om er achter te komen dat ik beter kan tekenen dan ik dacht. Ik dacht altijd dat ik geen tekentalent had, maar zodra ik er even voor ging zitten en niet teveel van het eindresultaat verwachte, lukte het beter dan verwacht. Bovendien vond ik de less-

en leuk en onze vrijheid hierin. We hebben veel workshops gekregen, met verschillende onderdelen. Hierdoor kwam je met veel verschillende technieken en programma's in aanraking en ontdekte je wat je goed af ging en wat minder ging. Ook is het leuk hoe je ontwerpen tot stand komen en de tevreden reacties van opdrachtgevers hierop.

Wat vond ik niet leuk?

Photoshop is een van de enige dingen die ik niet leuk vind. Dit komt puur, omdat ik er gewoon niet goed in ben. Ik heb veel tutorials gekeken en geoefend, maar helaas ligt het programma mij niet. Daarnaast vind ik het jammer dat het mij meer moeite kost om de programma's onder de knie te krijgen. Ik doe mijn best en dat is goed, maar ik baalde vaak als het mij meer tijd en moeite kostte dan bij anderen. Dat zorgde ervoor dat ik er vaak langer voor moest zitten en dat kon mij wel eens demotiveren om aan de slag te gaan.

Wat zou ik volgende keer anders doen?

Ik zou de volgende keer een stappenplan opstellen voor mezelf. Nu ging ik vaak gewoon aan de slag met een niet-logische volgorde. De volgende keer kan ik beter de stappen opschrijven die ik moet zetten om slim aan de slag te gaan. Zo lopen dingen niet door elkaar en kan ik ook makkelijker een planning maken met wanneer ik wat ga doen in plaats van maar gewoon beginnen en geen inschatting kunnen maken hoe lang ik de tijd ervoor nodig had.



Sef van Haalbeek

Binnen de groep was er altijd een prettige sfeer waarin iedereen zich vrij kon uiten. Mijn meest trotse moment was om samen met de groep van La Novia onze logos te presenteren en de reacties van onze opdracht gevers te zien die hier erg enthousiast over waren. Alleen erg jammer dat dit project tot niks uitliep door de slechte communicatie van onze opdrachtgevers. Qua mijn rol binnen het groepsproces heb ik veel beter mijn best kunnen doen, ik heb verschillende punten laten vallen als het gaat om interne communicatie en het tonen van initiatief. Dit was voor mij soms moeilijk door persoonlijke omstandigheden en een slechte werk/school balans gedeeld met het feit dat het erg wennen was om niet met ICTers samen te werken die meestal niet zo'n sterke meningen hebben.

Mare Schoonenberg

Ik vind dat de samenwerking in het groepje over het algemeen goed ging. Ik denk achteraf dat we soms beter meer konden communiceren met elkaar, omdat er soms dingen door elkaar heen liepen of juist langs elkaar heen. Ik ben er zelf ook schuldig aan dit te doen. Wat ik merkte is dat we het allemaal lekker vinden om zelf aan de slag te gaan en dat we dit ook deden, terwijl voor de optimale samenwerking meer doorspreken beter was geweest. Daarnaast ben ik een D van het DISC-profiel. De D staat voor dominant en dat houdt in dat ik vaak de leiding neem in het groepje. Ik moest eraan wennen dat er meerdere D's in het groepje zaten, waardoor ik mij flexibeler moest opstellen en soms wat meer moest loslaten. Interessant om mee te krijgen, omdat ik niet snel met andere D's in een groepje heb gezeten. Hierdoor kon het soms botsen, maar dit is altijd onderling uitgesproken.

De rest van de samenwerking vond ik goed en gezellig. We hadden een gezellig groepje en ik heb het altijd naar mijn zin gehad. We konden altijd eerlijk tegen elkaar zijn en vroegen veel om elkaars mening.

Jill Bergmans

Ik kan met veel plezier terugkijken naar onze samenwerking. We waren allemaal erg gedreven alleen wilde we allemaal veel doen en daardoor was het soms denk ik lastig om taken te verdelen omdat iedereen natuurlijk de leuke taken wilt doen. We hadden dus vanaf het begin een betere taakverdeling en planning moeten maken waardoor we op het eind geen stress zouden hebben over dingen die we nog niet hadden gedaan.

Ik vond het erg fijn dat iedereen eerlijk en duidelijk naar elkaar was, wel hadden we vaak verschillende ideeën bij ontwerpkeuzes waardoor het vaak lastig was om knopen door te hakken met logo, kleuren, fonts etc. Uiteindelijk hebben we gewoon gezegd dat die taak bij een iemand moet liggen en we soms ook gewoon dingen los moeten laten.

Rowan Huijbregts

De afgelopen 10 weken zijn snel voorbijgegaan en hebben ons als groep veel gebracht. Aan het begin van onze minor waren sommigen van ons nog onervaren met programma's zoals Photoshop of Illustrator, maar gedurende deze periode hebben we aanzienlijke vooruitgang geboekt in het gebruik ervan. Een belangrijke factor die heeft bijgedragen aan onze samenwerking was de diverse samenstelling van onze groep, waarin iedereen zijn eigen expertise en achtergrond inbracht. Hierdoor konden we gebruikmaken van elkaars sterke punten en efficiënt te werk gaan.

Natuurlijk verliep niet alles altijd vlekkeloos. We werden geconfronteerd met uitdagingen en moesten onze aanpak soms herzien. Door kritisch te blijven en tijdig deadlines te stellen, hebben we uiteindelijk onze doelen weten te bereiken.

Ik ben tevreden over de ervaringen en de groei die we als groep hebben doorgemaakt. Het was een leerzame periode waarin we niet alleen onze individuele vaardigheden hebben ontwikkeld, maar ook hebben geleerd hoe effectief teamwork bijdraagt aan het behalen van succes. Ik kijk met tevredenheid terug op deze 10 weken en ben benieuwd naar de rest van de minor!

Gijs Padding

Aan het begin van deze periode zijn wij bij elkaar gekomen om een groep te vormen. Hierbij hebben we gekeken naar iedereens sterkte en zwakte punten. Wat bij mij het gevoel heeft gewekt dat het een vlekkeloze periode zou worden.

Toch vind ik dat wij als groep niet optimaal gepresteerd hebben. De ene met meer inzet dan de ander. Wat heeft gezorgd voor frustratie bij mijzelf. Ik reken mezelf dit ook zeker aan. Maar er zullen altijd verbeterpunten zijn.

Toch ben ik blij met wat als groep hebben opgeleverd als eindresultaat bij opdrachtgevers. We hebben veel positieve reacties gekregen op het werk. Kortom het was, als het gaat om samenwerking een leerzame periode met veel nieuwe inzichten die ik meeneem in het vervolg naar andere groepsprojecten.

Rowan:

Rowan is een gedreven ontwerper die erg leergierig is en snel zijn skills ontwikkeld. Tijdens het La Novia project pakte hij vanuit zichzelf de communicatie met de klant goed op en kon druk uitoefenen op hun toen het nodig was. Hij levert altijd kwaliteit ontwerpen en is een goede teamspeler.

Gijs:

Gijs is nog nieuw in het ontwerp veld maar heeft al snel een hoop nieuwe skills geleerd die hij uitstekend uitvoerde in de Breda Beats en zijn individuele opdracht. Hij kan altijd goed communiceren en zijn eerlijkheid in het groepsverband word gewaardeerd.

Jill:

Jill is een erg creatieve ontwerpster met een uitgebreide skill set, van illustreren tot grafisch ontwerp was ik altijd onder de indruk van haar opleveringen. Haar logo ontwerpen voor La Novia werden zowel door ons als de klant erg goed ontvangen. Verder zorgde haar bruisende persoonlijkheid altijd voor leven in de groep en konden we vaak lachen met haar.

Mare:

Mare is een creatieve ontwerpster die altijd haar eigen persoonlijkheid goed in haar producten naar voren liet komen. Hoewel ik weinig met haar heb samengewerkt was ik onder de indruk van haar werk voor Your Lemonade en haar individuele opdracht. Mare zorgde altijd voor een rustige en relaxte sfeer binnen de groep en liet iedereen zich gewaardeerd voelen.



Sef

Jill:

Jill is een prettig en fijn persoon om mee samen te werken. Ze heeft ontzettend veel geduld en probeert mij altijd te helpen als ik ergens niet goed uit kwam. Daarnaast heeft ze een creatieve blik en goede ideeën, die ze snel op papier of digitaal weet vorm te geven. Ik denk dat Jill en ik goed zouden samen kunnen werken in een opdracht. Ik vind het jammer dat we dat uiteindelijk niet hebben gedaan. We hadden namelijk vaak dezelfde mening over iets, dezelfde interesses en zijn altijd eerlijk tegen elkaar geweest. Ik heb geleerd van haar dat wat ik doe, goed doe. Daarbij mag Jill soms wat directer zijn in wat ze denkt. In een gesprek met Jill gaf ze aan dat ze dingen soms niet in een overzicht heeft en het dan maar zelf doet. Ze steekt er dan zelf heel veel energie in, terwijl wij haar als groep ook verder konden helpen. Ze is bang om mensen te kwetsen, maar soms is die duidelijk voor haarzelf en groepsgenoten juist wel van belang. Ook mag ze soms wat minder op haar bordje leggen. In onze samenwerking in het huisstijlboek wilde ik graag helpen, maar beschikte ik niet altijd over de juiste skills. Ze zei dan vaak “dat doe ik wel”, terwijl het tegelijkertijd eigenlijk teveel voor haar was. In de toekomst heb ik liever dat ik er wat meer tijd in moet besteden, zodat ik haar de last ontnem, dan dat zij al het werk zelf doet. Al met al heeft ze veel werk gestoken in ons groepje en het project en daar ben ik haar erg dankbaar voor.

Gijs:

Gijs is een hardwerkende, gemotiveerde groepsgenoot en was er altijd bij. Gijs zorgde voor stabiliteit en duidelijkheid. Ik vond het fijn om met Gijs samen te werken, omdat hij graag overzicht houdt. Hij weet goed welke stappen nodig zijn om tot een resultaat te komen. Daarnaast is hij goed in teksten schrijven. Wel krijg ik bij Gijs het idee dat hij erg streng voor zichzelf is en altijd het goede wilt doen. Dat is een mooie eigenschap, maar dat kan hem zelf in sommige gevallen ook in de weg zitten. Tijdens de groepsopdracht Your Lemonade had Gijs snel een idee die hij met veel enthousiasme ging uitwerken. Ik heb hier zo nu en dan feedback op gegeven. Ik voelde mij alleen op een begeven moment niet altijd betrokken bij de opdracht, omdat Gijs er met veel enthousiasme mee aan het werk was. Hij kan dan heel gefocust zijn op één ding



Mare

en ik krijg het idee dat hij daar dan de controle over wilt houden. Op een begeven moment ben ik mijn focus kwijtgeraakt en heb ik mezelf niet meer betrokken bij de opdracht. Achteraf heb ik tijdens een reflectieles hier met Gijs over gehad. In de toekomst kan Gijs meer opletten om de controle uit handen te geven, maar moet ik niet zomaar mijn handen er vanaf halen. Nu hebben Gijs en ik er beiden last van gehad, terwijl in de toekomst betere communicatie dit had kunnen voorkomen. Ik wil hierbij wel benadrukken dat ik ook zeker meer mijn tijd in had kunnen steken en dat ik niet Gijs tekort wil doen, aangezien hij er veel energie in heeft gestoken. Ook Gijs heeft mooi werk verricht in ons groepje en het project.

Rowan:

Rowan is een creatieve, enthousiaste jongen. Hij heeft veel creatieve ideeën en kan met een klein idee tot een vet ontwerp komen. Rowan en ik konden nog wel eens botsen, omdat we beiden een 'D' (dominant, DISC-profiel) zijn. We hebben onze kleine onenigheden altijd uitgesproken en kunnen er daarna om lachen. Rowan is met zijn enthousiastme en creatieve blik tot mooie resultaten gekomen. Wel mag Rowan wat meer vertrouwen hebben in zijn creativiteit en houding. Hij heeft veel goede ideeën, maar ik kreeg soms het idee dat hij bevestiging nodig had om dat vertrouwen te verzekeren. In de meeste gevallen was dat niet nodig en zagen zijn ontwerpen er goed uit. Hij reageerde altijd snel op appjes en ik vind het erg knap hoe hij reageerde op de jongens van La Novia. Hij bleef rustig en kalm en deed zichzelf niet te kort in de berichten. Hij bleef sterk in zijn schoenen staan en daar wil ik hem zeker voor complimenteren.

Sef:

Sef is een kalme, rustig, maar enorm creatieve jongen. Sef kon mij kalm maken en probeerde vaak met mij mee te denken als ik ideeën had. Ik vind het jammer dat Sef er niet altijd was, omdat ik het zonde vind dat zijn creatieve ideeën daardoor niet altijd werden meegenomen in resultaten. Hij kwam bescheiden over. Hij had daarin meer kunnen bijdragen voor zichzelf, maar ook voor de groep.

Gijs



Mare Schoonenberg

Aan het begin van de periode heeft Mare input geleverd met het maken van twee logo opzetjes voor Blikk. en het geven van een kritische blik wanneer het ging om de huisstijl kleuren van Blikk.

Verder hebben we een taakverdeling gemaakt aan het begin van deze periode, waarbij Mare aan het project Your Lemonade zou werken en aan het procesboek. Begin van de het project, Your Lemonade, heeft Mare haar kritische blik gegeven als het ging om fonts voor het logo en kleuren voor het merk van Your Lemonade. Ik vind dat ze met deze kritische blik een professionele houding toont. Echter miste ik vanuit Mare verder dit project haar inzet en betrokkenheid.

Ook zou Mare het procesboek opstellen en bijhouden, vanwege het hebben van één groepsopdracht. Hierbij heeft Mare een aantal teksten geschreven. Maar als ik nu kritisch moet zijn heeft Jill meer de verantwoordelijkheid genomen over het opbouwen van het procesboek. Ik merkte dat Mare gefocust was op haar persoonlijke opdracht, waardoor haar andere taken kwamen te vervagen.

Als het gaat om communicatie binnen de groep was Mare altijd bereikbaar en aanwezig bij meetings.

Rowan Huijbregts

Rowan heeft nagedacht en keuzes gemaakt in het ontwikkelen van ons bedrijf Blikk. En verschillende logoconcepten gemaakt. Zo heeft hij ook een opdrachtgever aangedragen voor één van de commerciële groepsopdrachten. Voor deze opdracht is Rowan ook contactpersoon gebleven.

Verder was Rowan betrokken bij twee groepsprojecten: Your Lemonade en Novia. Zo heeft Rowan in de beginfase van Your Lemonade nagedacht over de kleuren en fonts van Your Lemonade. Ik merkte aan Rowan dat hij meer affiniteit had met de opdracht

van Novia. Hierdoor werd zijn betrokkenheid steeds minder bij Your Lemonade. Hier hebben Rowan en ik het samen ook al over gehad.

Rowan heeft afgelopen periode laten zien dat hij goed is met interne communicatie. Zo was hij bereikbaar wanneer nodig en aanwezig bij meetings.

Jill Bergmans

Jill begon deze periode met een proactieve houding. Zo heeft ze verschillende logoconcepten ontwikkelt voor ons bedrijf en nagedacht over onze huisstijl kleuren.

Verder heeft Jill gewerkt aan de projecten Novia en Breda Beats Studios. Voor Breda Beats Studios heeft Jill twee logoconcepten ontwikkelt. Daarnaast was Jill vooral druk met het maken van het procesboek. Hierbij heeft ze de opmaak gedaan en inhoud van individuele opdracht en groepsopdrachten verwerkt.

Ik zou Jill omschrijven als een gemotiveerd persoon met passie voor ontwerpen, maar die af en toe het overzicht voor zichzelf kwijt kan raken. Wanneer ze dit overzicht helder heeft gaat ze er vol voor.

Sef van Halbeek

Aan het begin van deze periode heeft Sef een logoconcept gemaakt en zijn mening gegeven over de huisstijl kleuren voor ons bedrijf. Verder was Sef onderdeel van de groepsopdrachten Novia en Breda Beats Studios. Voor Breda Beats Studios heeft hij ook één logoconcept gemaakt.

Als ik kritisch terugkijk op de samenwerking met Sef, vind ik dat hij minimale inzet heeft getoond. Vaak was hij (te) laat of niet aanwezig, wat gepaard ging met slechte interne communicatie. Wanneer hij aanwezig was, had ik het gevoel dat hij ergens anders was met zijn hoofd. Verder toonde hij weinig tot geen initiatief bij projecten en was niet betrokken bij het procesboek.

Ik vind het jammer dat ik bovenstaande moet zeggen, omdat ik weet dat je zeker getalenteerd bent als het gaat om grafisch vormgeven. Een goed voorbeeld hiervan zijn je tekeningen. Ik hoop dat je dit meeneemt naar je volgende groepsprojecten

Jill



Rowan:

Rowan is een persoon met een heleboel creatieve ideeën waarvan hij niet bang is om het daadwerkelijk te maken. Hij leert snel door veel te vragen, en bijvoorbeeld tutorials te kijken. Hierdoor heeft hij in een korte tijd veel geleerd wat echt leuk is om te zien. Hij heeft ook naar mijn idee echt al een eigen stijl weten te ontwikkelen die hij nog verder kan uitbreiden. Rowan is altijd heel positief en spontaan wat super fijn is om in de groep te hebben!

Tijdens de opdracht die ik samen met Rowan en Sef heb gedaan: Black Or White Concepts, nam hij veel initiatief om contact te leggen met het bedrijf. Vooral omdat het contact met dit bedrijf best moeizaam was gaf Rowan niet op. Hij heeft uiteindelijk ook alle ontwerpen samengevoegd in het huisstijlboek die we hebben opgeleverd aan Black Or White Concepts.

Gijs:

Gijs is een gedreven werker en weet goed wat hij wilt. Voor de minor had hij nog nooit iets van Adobe aangeraakt, en al snel weet hij al een hele hoop voorelkaar te krijgen, hij was zeker niet bang om nieuwe dingen te proberen en fouten te maken, daar heeft hij denk ik veel nieuwe skills van geleerd. Hij was ook goed in het formeel communiceren wat voor mij heel fijn was, aangezien dat zeker niet mijn sterkste punt is. En wist ook daarbij mooi onze bedrijfswaarden en etc. goed te verwoorden.

Hij had goede ontwerpen gemaakt voor Your Lemonade (Bloemvaas) en uiteindelijk is ook zijn logo gebruikt voor Breda Beats Studios. De ontwerpen die hij aan het begin maakten zaten wat foutjes in, dan bedoel ik qua “grafische regels” zoals witruimtes of typografisch etc. maar na een paar versies zagen ze er top uit! Dit vind ik knap hij heeft denk ik in een korte tijd al echt veel geleerd.

Sef:

Sef is een super creatieve jongen die echt geweldig kan tekenen, het was ook altijd leuk en inspirerend om met hem te kletsen. Het was wel jammer dat zijn ideeën niet altijd uitgewerkt werden omdat hij vaak meer analoog deed en het dus wat langer duurde als hij het digitaal had. Ook was hij wat meer ingetogen waardoor zijn ideeën niet altijd even sterk naar voren kwamen.

Ik deed samen met Sef en Rowan Black Or White Concepts, hij had wel wat ontwerpen gemaakt maar we moesten wel steeds ernaar vragen. Wat jammer was, want ik denk als hij meer tijd erin had gestoken zijn ontwerpen beter gebruikt konden worden in het eindproduct. Hij heeft namelijk zeker veel talent, en een scherp oog voor grafisch ontwerp en esthetica!

Mare:

Mare is een super gezellig gedreven en creatief persoon, ik had veel plezier tijdens het samenzitten met Mare, ik kon haar vaak helpen om haar creatieve ideeën digitaal visueel te krijgen. Ik denk dat we een goed team vormen, we konden ook goed naar elkaar luisteren wat het fijn maakte om afspraken te maken en te communiceren. Wel hadden we eigenlijk geen opdrachten samen wat dus wel jammer was. Het was ook fijn dat ze meehielp met de teksten juist te krijgen voor in het huisstijlboek!

Ze heeft in een korte tijd veel geleerd over hoe ze haar goede ideeën digitaal kan visualiseren. Mare is namelijk heel creatief en heeft een super goed oog voor kunst en design, wat het leuk maakten om met haar te sparren over ideeën, we hadden namelijk wel vaak hier eenzelfde mening in. We hebben ook samen gekeken naar de kleuren van de huisstijl van Blikk.

Rowan

**Gijs**

In de beginfase van het project bracht Gijs verschillende bruikbare ideeën naar voren. In de zoektocht naar groepsoopdrachten stelde hij voor om een LinkedIn-bericht te plaatsen om potentiële opdrachtgevers aan te trekken. Uiteindelijk wist Gijs twee opdrachtgevers binnen te halen: Breda Beats en Your Lemonade.

Gedurende het project fungeerde Gijs als aanspreekpunt voor beide organisaties en onderhield hij goed het contact door tussentijdse feedback snel door te geven en te verwerken, zowel bij Your Lemonade als bij Breda Beats.

Tijdens onze samenwerking binnen het project Your Lemonade viel op dat Gijs proactief handelde en goed reageerde op ontvangen feedback. Hij maakte in de beginfase een patroon, werkte aan het logo en selecteerde al snel een kleurenpalet dat bij Bloemvaas in de smaak viel. Hierdoor boekten we voortgang en behaalden we uiteindelijk een goed eindresultaat bij de oplevering.

In de communicatie was Gijs altijd goed bereikbaar en transparant over de lopende zaken.

Mare

Ik heb de samenwerking met Mare als positief ervaren. Mare is van nature wat terughoudend en zal niet snel anderen vertellen wat ze moeten doen. Echter, ze is wel direct, wat erg waardevol is wanneer er beslissingen genomen moeten worden. Vooral in de beginfase van ons designbureau heeft dit ons geholpen om sneller beslissingen te nemen en vooruitgang te boeken.

Ik heb gemerkt dat Mare niet alleen direct is in haar besluitvorming, maar ook in haar persoonlijke reacties en opmerkingen. Persoonlijk vind ik dit prettig, omdat ik waarde hecht aan eerlijkheid en duidelijkheid. Tijdens de groepsop-

dracht waarbij ik met Mare heb samengewerkt, heb ik gemerkt dat ze haar directe aanpak wat minder inzette, in vergelijking met haar persoonlijke opdracht, die overigens erg succesvol was. Ik denk dat Mare hier te veel nadruk op heeft gelegd, terwijl we haar creatieve input ook graag hadden gebruikt bij het project voor Your Lemonade. In onze communicatie was Mare altijd duidelijk en goed bereikbaar.

Jill

In de samenwerking met Jill tijdens dit project ben ik meerdere keren verbaasd geweest over hoe creatief Jill is. Ze heeft ontzettend veel talent voor illustreren. Jill als persoon moet echt even de tijd hebben om los te komen in de groep. Ik was blij dat ik merkte dat Jill zich al snel veilig voelde in de groep om zichzelf te zijn, wat denk ik erg belangrijk is binnen een groep en het groepsproces. Ze ging in het begin snel aan de slag met het logo voor Blikk. En uiteindelijk is haar ontwerp ook daadwerkelijk gekozen als ons logo!

Tijdens de groepsopdracht die ik met Jill heb gedaan, merkte ik dat ze direct enthousiast was en snel aan de slag ging.

Echter, naarmate het project vorderde, verminderde haar betrokkenheid en concentreerde ze zich meer op het afronden van het huisstijlhandboek, wat ik volledig begreep, gezien de tijd die ze erin had gestoken. In de communicatie met Jill was ze altijd prettig in de omgang en wanneer het nodig was, ook direct.

Sef

In de samenwerking met Sef is het gedurende het project uiteindelijk niet heel soepel verlopen. In het begin van het project was ik erg onder de indruk van de creativiteit van Sef. Hij kan enorm goed kijken en heeft hier echt veel talent voor! Dit liet hij dan ook direct zien aan het begin met de logo's voor Blikk. Ook was hij er snel bij toen we informatie ontvingen over de opdracht van Novia. Dit leek voor hem een hele leuke opdracht te zijn die hem misschien wel meer kon bieden dan alleen een schoolopdracht.

Echter vond ik dat Sef dit niet volledig heeft waargemaakt, gezien zijn talent en kunnen. Ik denk dat dat echt een gemiste kans is. Tijdens het project dat ik samen met Sef voor Novia heb uitgevoerd, vond ik dat hij persoonlijk veel meer had kunnen bijdragen dan hij uiteindelijk heeft gedaan. Daarnaast was hij in de communicatie lastig te bereiken en niet erg proactief in zijn handelen. Dit droeg niet bij aan het groepsproces.

Gijs	Bloemvaas	Breda Beats	
Rowan	Black or White Concepts	Bloemvaas	
Jill	Black or White Concepts	Breda Beats	Vormgeving huisstijlboek
Sef	Black or White Concepts	Breda Beats	
Mare	Bloemvaas	Tekst Huisstijlboek	

BRONNEN

MSEd, K. C. (2023, 28 juni). Red Color Psychology. Verywell Mind. <https://www.verywellmind.com/the-color-psychology-of-red-2795821>

MSEd, K. C. (2024a, februari 20). Color psychology: Does it affect how you feel? Verywell Mind. <https://www.verywellmind.com/color-psychology-2795824>

MSEd, K. C. (2024b, april 22). The Meaning of the Color White. Verywell Mind. <https://www.verywellmind.com/color-psychology-white-2795822>

Bron: Admin. (2023b, september 27). De betekenis van de kleur geel | Whisky Friday. Whisky Friday. <https://whiskyfriday.nl/insights/de-betekenis-van-de-kleur-geel/>

Bron: Team Wix. (2021, 31 maart). Kleurpsychologie: hoe kleuren het gedrag en de emotie van mensen kunnen beïnvloeden. Wix. <https://nl.wix.com/blog/post/kleurpsychologie-hoe-kleuren-het-gedrag-en-de-emotie-van-mensen-kunnen-be%C3%AFnvloeden>

BLIKK.